

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ДОНЕЦЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ ВАСИЛЯ СТУСА

Кваліфікаційна наукова
праця на правах рукопису

БОНДАРЕНКО СЕРГІЙ ВАСИЛЬОВИЧ

УДК 327:32.019.5


ДИСЕРТАЦІЯ
ІНФОРМАЦІЙНИЙ НАПРЯМ ПОЛІТИКИ ЗАХИСТУ
НАЦІОНАЛЬНИХ ІНТЕРЕСІВ ДЕРЖАВИ

23.00.02 «Політичні інститути та процеси»

05 – соціальні та поведінкові науки

Подається на здобуття наукового ступеня кандидата політичних наук

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

 **С.В. Бондаренко**

(підпис, ініціали та прізвище здобувача)

Науковий керівник Нагорняк Тетяна Леонтіївна, доктор політичних наук,
професор

Вінниця – 2017

АНОТАЦІЯ

Бондаренко С. В. Інформаційний напрям політики захисту національних інтересів держави. – Рукопис.

Дисертація на здобуття наукового ступеня кандидата політичних наук за спеціальністю 23.00.02 «Політичні інститути та процеси» (05 – Соціальні та поведінкові науки). – Донецький національний університет імені Василя Стуса, Вінниця, 2017.

У дисертаційному дослідженні систематизовані теоретико-методологічні основи дослідження інформаційного напрямку політики захисту національних інтересів держави; узагальнений досвід закордонних держав та України у цьому напрямі.

Доведено, що інформаційний напрям політики захисту національних інтересів є складовою державної політики, яка забезпечує просування і захист інтересів у публічному політико-інформаційному, політико-образному та політико-смісловому просторах. Вказано на синергетичну специфіку реалізації такої політики в умовах нелінійності розвитку світу.

Обґрунтовано змістовну розбіжність понять «політична територія» і «політичний простір», які у політичній науці використовуються як синоніми. Під політичною територією розуміються держави та їх об'єднання, які мають юридично закріплені і визнані у світі кордони, інститути управління, систему нормативно-правового регулювання та монополію на використання сили. Вони орієнтовані на забезпечення стабільного існування, максимального захисту, непорушності кордонів та збереження суверенітету. Політичний простір – це сукупність взаємопов'язаних політичних явищ та процесів, які не обмежуються кордонами, але ініційовані певною державою з метою встановлення економічного, політичного, культурного, мовного, інформаційного та ін. контролю над власним та зовнішнім простором. Запропоновано такі індикатори розбіжності: географічні (кордони), нормативно-правові, інституційні (наявність/відсутність єдиного центру

прийняття рішень).

Розкрито такі поняття, як «політико-образний простір» та «політико-смысловий простір», які є складовими конструйованої реальності та визначають всю сукупність образів та смислів, у яких артикуються національні інтереси держави. Під політико-образним простором розуміється складова конструйованої реальності, сукупність аутентичних цінностей народу, символів і симулякрів, у яких артикуються національні інтереси держави, вся сукупність матеріальних та нематеріальних образів, які ідентифікують територію (герб, гімн, прапор, видатні особи, вироблені товари, історичні місця, тощо), створюють емоційний зв'язок з цільовими аудиторіями задля просування та захисту національних інтересів. Під політико-смысловим простором - сукупність сутнісних характеристик тих чи інших явищ, які формують інтерпретації дійсності та створюють політико-релевантне знання задля просування та захисту національних інтересів держави.

Доповнено перелік і сферу методів та методик дослідження інформаційного напрямку політики захисту національних інтересів держав світу в умовах нелінійних політичних процесів сучасності. Доповнено форми його вияву у сучасній політиці.

Дістало подальший розвиток вивчення інформаційно-комунікаційної діяльності у сфері захисту національних інтересів як напрямку політичної науки, а також методологічне осмислення сутності цього напрямку. Обґрунтовано твердження, що вплив сучасних нелінійних суспільно-політичних процесів сприяв переосмисленню ролі та місця інформаційного напрямку політики захисту національних інтересів, виведенню його на один рівень з силовими інструментами захисту державного суверенітету та інтересів.

На основі узагальненого досвіду формування та реалізації інформаційного напрямку політики захисту національних інтересів держав світу та наднаціональних організацій сформовано дві моделі – субсидіарну

(США, Великобританія, ЄС та НАТО) та вертикальну (Російська Федерація).

З'ясовано та систематизовано досвід формування і реалізації інформаційного напрямку політики захисту національних інтересів України в умовах нелінійних суспільно-політичних процесів. Удосконалено і доповнено підходи оцінки зовнішнього і внутрішнього сприйняття держави на підставі аналізу рейтингових показників розвитку держави та соціологічних опитувань, які опосередковано відображають стан розуміння, підтримки національних інтересів цільовими аудиторіями в інформаційно-комунікаційній сфері.

Запропоновано авторську перехідну модель вироблення та реалізації інформаційного напрямку політики захисту національних інтересів України в умовах нелінійних процесів, яка відображає сучасні трансформації, перехід від вертикальної до субсидіарної моделі.

Ключові слова: інформаційна політика, інформаційний напрям політики захисту національних інтересів, національні інтереси, нелінійні процеси, політика захисту національних інтересів.

ABSTRACT

Bondarenko S. V. Informational Direction of Policy on Protecting National Interests of the State. – Manuscript.

Dissertation for the degree of Ph.D. in Political Sciences in the specialty 23.00.02 «Political Institutions and Processes» (05 - Social and Behavioral Sciences). – Vasyl' Stus Donetsk National University, Vinnytsia, 2017.

In this thesis, theoretical and methodological basis of the study of informational direction of policy on protecting national interests of the state are systematized; the experience in this very area of foreign countries and Ukraine is generalized.

It is proved that the informational direction of policy on protecting national interests is an integral part of state policy, which ensures the promotion and protection of interests in public political-informational, political-figurative and political-semantic fields. It has been pointed on synergistic specificity of implementing such a policy in the conditions of non-linear development of the world.

The substantial difference between the concepts «political territory» and «political space», which are used as synonyms in political science, was justified. Political territory should be considered as states-nations and its associations, which have publicly recognized and legally secured borders, institutions of governance, system of legislation and regulation, and monopoly to use force. They are focused on ensuring stability, maximum protection, inviolability of borders and preservation of sovereignty. Political space is a set of interrelated political phenomena and processes which go beyond borders, but initiated by certain state in order to establish economic, political, cultural, linguistic, informational, etc. control on internal and external space. The author proposed the following indicators of divergence: geographic (border), regulatory, institutional (presence/absence of a single decision-making center).

Such concepts as «political-figurative field» and «political- semantic field», which are the components of a constructed reality, were identified. They also define the entire set of images and meanings, which the national interests of the state are articulated in. Political-figurative field is a component of a constructed reality, a set of authentic values of the people, symbols and simulacrum, in which the national interests of the state are articulated. Moreover, it is the totality of tangible and intangible images that identify territory (emblem, anthem, flag, personalities, goods, historical places, etc.). They also create an emotional connection with target audiences for the promotion and protecting national interests.

Political-semantic field refers to totality of essential characteristics of different phenomena, which form interpretations of reality and create a political-relevant knowledge for the promotion and protecting national interests of the state.

The author added the list and the scope of the methods and techniques of research the informational direction of protection on national interests of the world states in terms of modern non-linear political processes. Forms of its manifestation in modern politics were added too.

The study of information-communication activities in the field of protecting national interests as a part of political science and methodological understanding of the essence of this direction has gained further development in this thesis. It is proved, that influence of modern nonlinear socio-political processes contributed to the redefinition the role and place of informational direction of protecting on national interests, its appearance on the same level with power instruments of protection state sovereignty and interests.

Based on generalized experience of formation and implementation the informational direction of policy on protecting national interests of the states and supranational organizations the author formed two models – subsidiary (US, UK, EU and NATO) and vertical (Russia).

Clarified and systematized the experience of formation and implementation of information policy for the protecting of national interests of Ukraine in the conditions of nonlinear social and political processes. Improved and expanded

approaches to the assessment of external and internal perception of the state based on analysis of rating indicators of the state development and polls that indirectly reflect the state of understanding, support of the national interests of target audiences in information-communication sphere.

The author proposed the transitional model of the development and implementation of the informational direction of policy on protecting national interests of Ukraine in the conditions of nonlinear processes, which reflects modern transformation and transition from a vertical to a subsidiary model.

Key words: information policy, informational direction of policy on protecting national interests, national interests, non-linear processes, policy on protecting national interests.

СПИСОК ПРАЦЬ, ОПУБЛІКОВАНИХ АВТОРОМ ЗА ТЕМОЮ ДИСЕРТАЦІЇ

Праці, які відображають основні наукові результати дисертації:

- *статті у наукових фахових виданнях України:*

1. Бондаренко С. В. Місце соціального інжинірингу в політиці брендингу територій / С. В. Бондаренко // Вісник Дніпропетровського університету. Філософія. Соціологія. Політологія – 2012. – Вип. 20, Т. 20, №9/2. – С. 103-107.

2. Бондаренко С. В. Бренд «Україна» у ракурсі світових рейтингів після парламентських виборів 2012 року / С. В. Бондаренко // Гілея : науковий вісник. – 2013. – № 71. – С. 844-847.

3. Бондаренко С.В. Політика брендингу територій як конструювання реальності/ С. В. Бондаренко // Політичне життя. – 2016. – № 1-2. – С. 7–11.

4. Бондаренко С. В. Інформаційний компонент політики брендингу територій в умовах нелінійних процесів/ С. В. Бондаренко // Політичне життя. – 2017. – № 1-2. – С. 21–26.

5. Бондаренко С. В. Інформаційно-комунікаційна політика Російської Федерації у контексті захисту та просування національних інтересів у світі / С. В. Бондаренко // Актуальні проблеми політики : зб. наук. пр. / редкол.: С. В. Ківалов (голов. ред.), Л. І. Кормич (заст. голов. ред.), М. А. Польовий (відп. секр.) [та ін.] ; НУ «ОЮА», Південноукр. центр гендер. проблем. – Одеса : Фенікс, 2017. – Вип. 59. – С. 109-120.

6. Bondarenko S.V. Informational direction of policy on protecting national interests of territory under conditions of nonlinear processes: theoretical and methodological framework / S. V. Bondarenko // Політичне життя. – 2017. – № 3. – С. 11-20.

- *статті у наукових періодичних виданнях інших держав з напрямку, з якого підготовлено дисертацію:*

7. Бондаренко С. В. Государственная информационная политика России и Украины в контексте национальной безопасности: основы и принципы формирования / С. В. Бондаренко // Youth World Politic. – 2013. – № 4. – С. 112–118.

8. Bondarenko Sergii Eurointegration Policy Crisis in the Donetsk Area: Information Aspect / Sergii Bondarenko // European Journal of Transformation studies. – 2014. – Vol. 2, No. 1. – P. 57-65.

9. Бондаренко С.В. Бренд «Україна» в умовах нелінійних суспільно-політичних процесів: інформаційно-комунікаційний аспект / С. В. Бондаренко // Evropsky politicky a pravni diskurz. – 2017. – Vol. 4, Iss. 4. – P. 141–147.

• *інші статті:*

10. Нагорняк Т. Л., Бондаренко С. В. Брендинг територій: спроба аналізу засад дослідження / Тетяна Леонтіївна Нагорняк, Сергій Васильович Бондаренко // Історичні і політологічні дослідження. – 2012. - № 2. – С. 282 – 288.

• ***тези і доповіді міжнародних науково-практичних конференцій:***

11. Бондаренко С. В. Digital дипломатія і перспективи розвитку нових видів політичної комунікації у процесі брендингу територій / С. В. Бондаренко // Розвиток політичної науки: європейські практики та національні перспективи: матеріали III Міжнар. наук.-практ. конф. студ., аспір. та мол.науковців, Чернівці, 1 березня 2013 р. – Чернівці : Букрек, 2013. – С. 244– 247.

12. Бондаренко С. В. Інформаційна політика державних органів влади у національному брендингу України / С. В.Бондаренко // «Дні науки філософського факультету – 2013», Міжн. наук. конф. (2013 ; Київ). Міжнародна наукова конференція «Дні науки філософського факультету – 2013», 16–17 квіт. 2013 р. : [матеріали доповідей та виступів] / редкол.: А. Є. Конверський [та ін.]. – К. : Видавничо-поліграфічний центр «Київський університет», 2013. – Ч. 9. – С. 254–257.

13. Бондаренко С. В. Європейські стандарти в інформаційній політиці державних органів влади / С. В. Бондаренко // Європейська перспектива України та візова політика країн ЄС: виклики і можливості: Матеріали міжнародної науково-практичної конференції. – Донецьк: Східний видавничий дім, 2013. – С. 240-247.

14. Бондаренко С. В. Інформаційна політика органів державної влади з питань європейської інтеграції в контексті національного брендингу / С. В. Бондаренко // Інновації та традиції у сучасній науковій думці: Матеріали другої Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції 15–17 серпня 2013 року. – Київ, 2013. – Частина 2. – С. 32–38.

15. Бондаренко С. В. Інформаційна політика у брендингу територій / С.В.Бондаренко // «Дні науки філософського факультету – 2014», Міжн. наук. конф. (2014 ; Київ). Міжнародна наукова конференція «Дні науки філософського факультету – 2014», 15–16 квіт. 2014 р. : [матеріали доповідей та виступів] / редкол.: А. Є. Конверський [та ін.]. – К. : Видавничо-поліграфічний центр «Київський університет», 2014. – Ч. 9. – С. 83–86.

16. Бондаренко С. В. Інформаційна політика органів влади в контексті брендингу територій / С. В.Бондаренко // Модернізація соціогуманітарного простору: історичний досвід, виклики та перспективи. Міжн. наук. конф. (2015; Житомир-Вінниця). Всеукраїнська науково-практична наукова конференція з міжнародною участю «Модернізація соціогуманітарного простору: історичний досвід, виклики та перспективи», 14–15 травня 2015 р. : [збірка матеріалів]. – С. 223–224.

17. Бондаренко С. В. Соціальний інжиніринг у контексті політики брендингу територій / С. В. Бондаренко // «Дні науки філософського факультету – 2017», Міжн. наук. конф. (2017 ; Київ). Міжнародна наукова конференція «Дні науки філософського факультету – 2017», 25-26 квіт. 2017 р. : [матеріали доповідей та виступів] / редкол.: А. Є. Конверський [та ін.]. – К.: Видавничо-поліграфічний центр «Київський університет», 2017. – Ч. 8. – С. 7–9.

• *Праці, які додатково відображають наукові результати дисертації:*

• *монографія:*

18. Бондаренко С. В. Формування державної інформаційної політики України в медіасфері / С. В. Бондаренко // Інструментарій впливу ЗМК на аудиторію: колективна монографія / За ред. О.В.Тараненко. – Вінниця: ТОВ «Нілан-ЛТД», 2016. – С. 118–128.

• *статті у наукових виданнях України:*

19. Бондаренко С.В. Засоби масової комунікації у нелінійних суспільно-політичних процесах / С. В. Бондаренко // Збірник наукових праць професорсько-викладацького складу ДонНУ імені Василя Стуса за 2015-2016 рр.. – 2017. – С. 133–135. – Режим доступу : <http://jpvvs.donnu.edu.ua/article/view/4023/405>.

ЗМІСТ

ВСТУП	4
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ІНФОРМАЦІЙНОГО НАПРЯМУ ПОЛІТИКИ ЗАХИСТУ НАЦІОНАЛЬНИХ ІНТЕРЕСІВ ДЕРЖАВИ	12
1.1. Політична територія і політичний простір як категорії політичної науки	12
1.2. Політика захисту національних інтересів держави	28
1.3. Інформаційний напрям політики захисту національних інтересів держав в умовах нелінійних процесів сучасності	40
Висновки до розділу 1	57
РОЗДІЛ 2. МОДЕЛІ ПОЛІТИКИ ЗАХИСТУ НАЦІОНАЛЬНИХ ІНТЕРЕСІВ ДЕРЖАВ СВІТУ: ІНФОРМАЦІЙНИЙ НАПРЯМ	59
2.1. Політико-правові засади захисту національних інтересів США, Великобританії та Російської Федерації в інформаційній сфері	60
2.2. Інституційні механізми формування інформаційного напрямку політики захисту національних інтересів США, Великобританії та Російської Федерації	82
2.3. Інформаційно-комунікаційні практики захисту національних інтересів США, Великобританії та Російської Федерації.....	99
Висновки до розділу 2	124
РОЗДІЛ 3. ІНФОРМАЦІЙНИЙ НАПРЯМ ПОЛІТИКИ ЗАХИСТУ НАЦІОНАЛЬНИХ ІНТЕРЕСІВ УКРАЇНИ	127
3.1. Політико-правові засади захисту національних інтересів України	127
3.2. Інституційні механізми реалізації інформаційного напрямку політики захисту національних інтересів України	144
3.3. Перспективи інформаційно-комунікаційних практик захисту України в умовах нелінійних процесів сучасності	159

Висновки до розділу 3	193
ВИСНОВКИ	196
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	204
ДОДАТКИ	236

ВСТУП

Актуальність теми дослідження. Сьогодні Україна є територією світового протистояння, на якій реалізуються політичні, соціальні, гуманітарні, культурні, економічні, військові інтереси інших держав. Однією зі стратегічних цілей світових лідерів є контроль інформаційно-комунікаційного простору всупереч національним інтересам інших держав-націй. Це забезпечує зовнішній доступ, вироблення необхідних рішень та поведінкових конструктів населення територій, що перебуває під їх впливом. Небезпечність ситуації полягає у застосуванні нових інформаційно-комунікаційних технологій, що мають багатоцільове призначення, дозволяють формувати новий ціннісний та ідеологічний простір світу.

Безконтрольність інформаційного простору України, серед іншого, стала причиною втрати цілісності держави та неоголошеної війни на її Сході. Протягом періоду незалежності інформаційна політика України була зорієнтована не на захист національних інтересів, напрацювання спільних й об'єднувальних образів своєї території та колективних смислів українців, а на просування інтересів правлячих еліт та фінансово-промислових груп.

Політологічний академічний дискурс розширює свій категоріально-понятійний апарат у бік дослідження нелінійності розвитку суспільства, втрати монополії на владу традиційними політичними інститутами, збільшення впливу на прийняття рішень неполітичних акторів. Останніми роками особливої уваги набувають інформаційно-комунікаційні практики, які забезпечують необхідні умови для збереження стабільності та захисту держав, їх інтересів, створення керованих реальностей, управління смислами, що виходять за межі класичного лінійного розвитку соціальних систем.

У зв'язку з цим особливий інтерес прикутий до інформаційного напрямку політики захисту національних інтересів держав, пошуку оптимальних моделей та механізмів його формування за сучасних умов нелінійних політичних процесів.

Зв'язок роботи з науковими програмами, планами, темами.

Дисертаційна робота виконана в рамках науково-дослідних тем:

- кафедри політології та державного управління ДонНУ імені Василя Стуса – «Стабільність і кризовість у відносинах між державою і суспільством: крайній і регіональний виміри»; «Динамічні аспекти суспільно-політичних процесів в Україні та світі в другому десятиріччі XXI століття» (реєстраційний номер 0117U003535);

- кафедри журналістики ДонНУ імені Василя Стуса – «Вплив ЗМК на аудиторію: стратегія, засоби, інструментарій» (ініціативна тема);

- ДонНУ імені Василя Стуса та Інституту славістики Дрезденського технічного університету в межах наукового міжнародного проекту «Агресія і аргументація: конфліктний дискурс і його мовне розв'язання» – «Aggression und Argumentation: Konfliktdiskurse und ihre sprachliche Verhandlung» (VolkswagenStiftung) (номер реєстрації у Німеччині А 115626).

Тему дисертаційного дослідження затверджено Вченою радою Донецького національного університету імені Василя Стуса (протокол № 2 від 2 березня 2015 року) та уточнено (протокол № 8 від 30 червня 2017 року).

Об'єкт дослідження – політика захисту національних інтересів держав світу.

Предметом наукового аналізу виступає інформаційний напрям політики захисту національних інтересів держави в умовах нелінійних політичних процесів сучасності.

Мета дисертаційного дослідження – визначити специфіку реалізації інформаційного напрямку політики захисту національних інтересів держави та запропонувати шляхи його вдосконалення.

Досягненню поставленої мети було підпорядковано розв'язання таких наукових завдань:

- систематизувати теоретико-методологічні засади дослідження інформаційного напрямку політики захисту національних інтересів держави;
- узагальнити досвід формування та реалізації цього напрямку

державами світу (США, Великобританія та Російська Федерація (далі - РФ) та міждержавними об'єднаннями (ЄС та НАТО), які мають вплив на Україну;

- з'ясувати особливості формування інституційних механізмів інформаційного напрямку політики захисту національних інтересів України та запропонувати шляхи удосконалення її інформаційної політики в умовах нелінійних процесів сучасності.

Методологічна основа дослідження обумовлюється особливостями об'єкта та предмета дослідження, його міждисциплінарним характером та доцільністю поєднання засад політичних наук, соціальної філософії, теорії держави і права, соціології, брендингу територій, синергетики, політичної регіоналістики, політичної комунікації, публічного управління та адміністрування, мережевого корпоративізму.

Розв'язання поставлених завдань дослідження стало можливим завдяки використанню таких загальнонаукових і спеціальних методів дослідження:

- історичний метод сприяв виявленню етапів становлення інформаційного напрямку захисту національних інтересів та еволюції досліджень за цим напрямом;

- метод системного аналізу дозволив систематизувати полідисциплінарний теоретико-методологічний досвід вивчення предмета і запропонувати концептуальні положення інформаційного напрямку захисту національних інтересів як одного з ключових елементів сучасної політики;

- метод структурно-функціонального аналізу дозволив операціоналізувати ключові поняття та з'ясувати форми вияву інформаційного напрямку захисту національних інтересів у світовій та національній політиці;

- нормативно-інституційний метод допоміг проаналізувати нормативно-правову базу як підставу для оцінки та розуміння сутнісних характеристик інформаційного напрямку політики захисту національних інтересів держав світу;

- методи та методики прикладного політичного аналізу (івент-аналіз,

моніторинг, медіааудит) надали можливість окреслити основні тренди світового процесу та з'ясувати взаємозалежність динаміки показників розвитку політичних територій та інформаційного напрямку;

- метод компаративного крос-культурного і крос-темпорального аналізу дав змогу виокремити специфіку формування інформаційної політики захисту національних інтересів таких держав світу, як США, Великобританія, Російська Федерація та Україна, а також наднаціональних об'єднань – ЄС та НАТО;

- синергетичний науковий підхід допоміг концептуально з'ясувати вплив нелінійної динаміки світового процесу на процес прийняття політичних рішень та практики реалізації інформаційного напрямку захисту національних інтересів держав світу.

Структуру та логіку дослідження обумовили такі наукові гіпотези:

1. Не існує прямої залежності між станом керованості політичної території та політичного простору, хоча спостерігається тенденція прагнення груп інтересів звужити простір до кордонів території.

2. За умов командно-адміністративного принципу управління політичною територією, слід очікувати формування моделі контролю інформаційного простору що забезпечує тактичні переваги і стратегічний програш внаслідок конструювання безособистісного образу держави як колективного симулякра.

3. В умовах нелінійних політичних процесів та слабкого громадянського суспільства слід очікувати створення додаткових медіаційних інституцій задля більш оперативного реагування на зовнішні інформаційно-комунікаційні виклики у сфері захисту національних інтересів.

Емпірична основа дисертаційного дослідження базується на офіційних даних світових рейтингів таких, як Індекс процвітання, Індекс репутації країн світу, Рейтинг людського розвитку ООН, Індекс сприйняття корупції тощо; результатах соціологічних досліджень, які проводилися Київським міжнародним інститутом соціології, Національним інститутом стратегічних

досліджень, Центром Разумкова, Фондом «Демократичні ініціативи», соціологічною групою «Рейтинг», ГО «Інститут світової політики», GfK Ukraine, TNS, Всеросійським центром дослідження громадської думки, «Левада-Центр», проектом «Global Ukraine News» тощо.

Наукова новизна отриманих результатів полягає у комплексному дослідженні специфіки поточного стану інформаційного напрямку політики захисту національних інтересів держав в умовах сучасних нелінійних суспільно-політичних процесів і конкретизується у таких положеннях:

Уперше:

- доведено, що інформаційний напрям політики захисту національних інтересів є складовою державної політики, яка забезпечує просування і захист національних інтересів у публічному політико-інформаційному, політико-образному та політико-смісловому просторах. Вказано на синергетичну специфіку реалізації політики захисту національних інтересів держав в умовах нелінійності розвитку світу;
- обґрунтовано змістовну розбіжність понять «політична територія» і «політичний простір», які у політичній науці зазвичай використовуються як синоніми. Запропоновано індикатори розбіжності: географічні (кордони), нормативно-правові, інституційні (наявність/відсутність єдиного центру прийняття рішень);
- розкрито такі поняття, як «політико-образний простір» та «політико-смісловий простір», які є складовими конструйованої реальності та визначають всю сукупність образів та смислів, у яких артикуються національні інтереси держави;
- визначено існування двох моделей формування та реалізації інформаційного напрямку політики захисту національних інтересів держав світу та наднаціональних організацій – субсидіарної (США, Великобританія, ЕС та НАТО) та вертикальної (Російська Федерація), та виділено базові індикатори двох моделей;
- систематизовано досвід формування та реалізації інформаційного

напряму політики захисту національних інтересів України в умовах нелінійних суспільно-політичних процесів;

- запропоновано перехідну модель формування та реалізації інформаційного напрямку політики захисту національних інтересів України, яка демонструє перехід від вертикальної до субсидіарної моделі;

Удосконалено і доповнено:

- перелік і сферу методів та методик дослідження інформаційного напрямку політики захисту національних інтересів держав світу в умовах нелінійних політичних процесів сучасності;

- форми вияву інформаційного напрямку політики захисту національних інтересів у сучасній політиці країн світу в умовах нелінійних суспільно-політичних процесів;

- підходи до оцінки зовнішнього і внутрішнього сприйняття України на підставі аналізу рейтингових показників розвитку держави, які опосередковано відображають стан розуміння та підтримки національних інтересів цільовими аудиторіями в інформаційно-комунікаційній сфері;

Дістало подальшого розвитку:

- вивчення інформаційно-комунікаційної діяльності у сфері захисту національних інтересів як напрямку політичної науки;

- методологічне осмислення сутності інформаційного напрямку політики захисту національних інтересів держав. Обґрунтовано твердження, що вплив сучасних нелінійних суспільно-політичних процесів сприяв переосмисленню ролі та місця інформаційного напрямку, виведенню його на один рівень з силовими інструментами захисту державного суверенітету та інтересів.

Особистий внесок здобувача. Дисертаційне дослідження є результатом самостійного дослідження автора, в якому представлено авторський підхід щодо визначення специфіки інформаційного напрямку політики захисту національних інтересів держав у сучасних політичних умовах. Експлікації результатів дослідження в діяльності державних органів

влади в Україні, які забезпечують інформаційний напрям політики захисту національних інтересів. Основні положення та висновки дисертаційної роботи сформульовано дисертантом самостійно. За темою дослідження автором одноосібно підготовлено 9 фахових публікацій.

Практичне значення отриманих результатів визначається тим, що висновки та рекомендації дослідження можуть бути використані суб'єктами забезпечення захисту національних інтересів держави в інформаційній сфері. Результати дослідження можуть бути використані в навчальних курсах з політичних комунікацій, національної та регіональної безпеки.

Сформульовані в дисертації ключові положення, висновки та рекомендації знайшли впровадження в діяльності ГО «Центр аналізу та розвитку громадських комунікацій «ДІАЛОГ» (довідка від 28.09.2017 року № 280917-02), Вінницької обласної державної адміністрації (Департамент інформаційної діяльності та комунікацій з громадськістю) (довідка від 02.10.2017 року № 01-761) ВОГО «Вінницький прес-клуб» (довідка від 05.10.2017 року №05/10). Академічні здобутки дисертаційної роботи впроваджені у навчальний процес Донецького національного університету імені Василя Стуса, а саме вони стали корисними під час викладання дисциплін «Політичні комунікації» і «Національна та регіональна безпека» (довідка від 05.10.2017 року. № 178/01-13/01.1.3).

Апробація результатів дослідження. Основні ідеї та положення наукового дослідження були апробовані на 7 міжнародних та загальноукраїнських наукових конференціях: III Міжнародна науково-практична конференція студентів, аспірантів та молодих науковців «Розвиток політичної науки: європейські практики та національні перспективи» (м. Чернівці, 2013 р.), Міжнародна наукова конференція «Дні науки філософського факультету Київського національного університету імені Тараса Шевченка – 2013» (м. Київ, 2013 р.), Міжнародна науково-практична інтернет-конференція «Європейська перспектива України та візова політика країн ЄС: виклики і можливості» (м. Донецьк, 2013 р.), II Міжнародна

науково-практична інтернет-конференція «Інновації та традиції у сучасній науковій думці» (м. Київ, 2013 р.), Міжнародна наукова конференція «Дні науки філософського факультету Київського національного університету імені Тараса Шевченка – 2014» (м. Київ, 2014 р.), Всеукраїнська науково-практична конференція з міжнародною участю «Модернізація соціогуманітарного простору: історичний досвід, виклики та перспективи» (м. Житомир, 2015 р.), Міжнародна наукова конференція «Дні науки філософського факультету Київського національного університету імені Тараса Шевченка – 2017» (м. Київ, 2017 р.).

Публікації. Ключові висновки та теоретичні положення дослідження знайшли відображення у 19 публікаціях – у тому числі 18 одноосібних, серед них – 9 наукових статей, які опубліковані у фахових виданнях з політичних наук (6 – у фахових виданнях України, 3 – у закордонних фахових виданнях, що внесені до міжнародних наукометричних баз), 2 статті в інших наукових виданнях, 1 розділ колективної монографії, 7 тез доповідей на міжнародних та загальноукраїнських наукових конференціях.

Структура дисертації й послідовність викладу матеріалу в ній зумовлені авторським розумінням проблеми та відповідають логіці дослідження, сформульованим меті та завданням. Дисертація складається зі вступу, трьох розділів, що містять дев'ять підрозділів, висновків, списку використаних джерел, що нараховує 267 найменувань та додатків. Загальний обсяг дослідження становить 244 сторінки, з яких основного тексту – 203 сторінки.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ІНФОРМАЦІЙНОГО НАПРЯМУ ПОЛІТИКИ ЗАХИСТУ НАЦІОНАЛЬНИХ ІНТЕРЕСІВ ДЕРЖАВИ

Науковий пошук вирішення актуальних проблем інформаційного напрямку політики захисту національних інтересів держав слід розпочати з визначення та розуміння основних категорій, які закладають базові характеристики цього процесу. На думку автора, відправними категоріями подальшого дослідження є «політична територія», «політичний простір», «держава-нація», «політика захисту національних інтересів держави» та її інформаційно-комунікаційного напрямку.

Нелінійність та непередбачуваність сучасних політичних процесів обумовлює необхідність наукових пошуків у міждисциплінарній площині. У контексті теоретико-методологічних засад дослідження інтерес представляє вивчення особливостей і закономірностей розвитку сучасних політичних систем, виявлення співвідношення інтеграційних і дезінтеграційних тенденцій у територіальних (регіональних) співтовариствах, вивчення впливу сучасних суспільно-політичних змін на структуру, функції та життєспроможність держав, їх можливостей до адаптації і стабілізації в контексті формування нового світового порядку. Це стає можливим при залученні та поєднанні підходів політичної науки, соціальної філософії, теорії держави і права, соціології, брендингу територій, синергетики, політичної регіоналістики, політичної комунікації, публічного управління та адміністрування.

1.1. Політична територія і політичний простір як категорії політичної науки

Наукова розвідка базується на напрацюваннях політичної регіоналістики, яка розглядає базові для дисертаційного дослідження поняття «територія», «політична територія», «простір» та «політичний простір» саме у

політологічному контексті.

Серед наукових досліджень, які розглядають різні форми та вияви зазначених вище категорій, є роботи Г. Алмонда [4], С. Бабуріна [7], С. Внучко [21], К. Дойча [32], Д. Замятіна [48], Д. Істона [53], Ю. Косова [67], Т. Нагорняк [86], Дж. О'Тоала [72], Т. Парсонса [100], Р. Туровського [152], В. Фокіної [67], Р. Хартшорна [175], О. Чальцевої [177], І. Чихарева [178] та ін.

Як зазначають науковці-регіоналісти В. Фокіна та Ю. Косов, «аналіз міждисциплінарних досліджень, присвячених проблемам регіонального розвитку, показує, що в них формується політологічна складова, розробляються концепції і моделі, підходи і методи, які використовують сучасні політологи-регіонознавці. Політична регіоналістика виділилася у самостійний науковий напрям у 90-х рр. ХХ ст., що цілком відповідало фундаментальному перелому, який стався в принципах наукового пізнання і охарактеризував собою відмову від теорії революційної зміни парадигм Т.Куна. Визнання того, що відтепер наукові теорії, концепції і підходи не варто розглядати як взаємовиключні альтернативи» [67, с. 8].

Р. Туровський у своїй роботі «Політична регіоналістика» зазначає, що «об'єктом політичної регіоналістики є об'єкт політології, тобто політичні інститути, явища і процеси. Таким чином, об'єкт досліджень у політичній регіоналістиці багато в чому є тим самим, що і для політології загалом» [142, с. 19]. Відповідно, об'єктами досліджень можуть бути:

1. Політичні інститути.
2. Політичні системи та політичні режими.
3. Політичні процеси.
4. Політична культура, політична поведінка і політична участь.
5. Політичні еліти і політичне лідерство.
6. Політичні комунікації [152, с. 20-21].

Політичні інститути розглядаються, як система та сукупність владних інституцій на національному та регіональному рівнях. У рамках дослідження увага автора прикута саме до загальнонаціонального рівня, який уособлює в

собі політичну систему, що притаманна тій чи іншій території. Політичні системи та політичні режими розглядаються як сукупність певних відмінностей на національному та регіональному рівнях, як характеризують загалом політичну систему та політичний режим притаманний тій чи іншій політичній території. Під політичними процесами Р. Туровським розуміються проекція загальнонаціональних політичних процесів на регіональному рівні. Політична культура, політична поведінка і політична участь розглядає регіональні відмінності у політичній культурі, визначаючи регіональні політичні культури, які або відображають єдність території, або демонструють розрив у її сприйнятті та оцінці на рівні окремих територіальних одиниць [152, с. 20]. Політичні еліти і політичне лідерство можна розглядати, як процес формування центрів впливів на регіональному рівні. Під політичними комунікаціями – взаємодію в інформаційному просторі між центром і регіонами (областями), особливості комунікацій між та в окремих територіальних одиницях з метою досягнення політичних цілей [152, с. 21].

У контексті дослідження інтерес представляють такі об'єкти політичної регіоналістики, як політичні інститути, політичні системи політичні процеси та політична комунікація, але в іншому вимірі. А саме у розрізі взаємодії певних територій із зовнішнім світом та керуванням внутрішніх процесів в інформаційному просторі задля захисту та просування власних інтересів.

Предметом політичної регіоналістики Р. Туровський визначає просторовий вимір політичних явищ, а саме: взаємовідносини між центром і територіально-адміністративними одиницями (регіони, області тощо) та процесами, які відбуваються на місцях [152, с. 21].

Як зазначають В. Фокіна та Ю. Косов, на підставі міждисциплінарних досліджень, присвячених аналізу різноманітних методів, концепцій та теорій вивчення регіональної політичної проблематики, виділяються три основні групи підходів, тісно пов'язаних між собою, які найбільшою мірою вплинули на формування теоретико-методологічних основ політичної регіоналістики:

1. Політико-географічні та геополітичні підходи.
2. Політико-історичні підходи.
3. Соціально-політичні підходи [67, с. 10].

Особливий інтерес у рамках дисертаційного дослідження представляють останні два підходи. Згідно з класифікацією В. Фокіної та Ю. Косова, центральним моментом для всіх наукових шкіл, що спираються на політико-історичний методологічний підхід, є прагнення виявити генезис регіональних спільнот і простежити їх еволюцію в контексті історичного розвитку, проаналізувати процес формування природних і штучних кордонів, вивчити фактор геополітичного розташування держав і регіонів [67, с. 14].

У рамках політико-історичного підходу інтерес представляють спроби визначити оптимальне співвідношення виробничих і комунікаційних об'єктів на території регіону та напрямки подальшого розвитку політичних територій. Дослідження у рамках цього підходу дозволяють розробляти концепції спільного розвитку, спрямованого на формування політико-економічних альянсів, що поєднують у собі переваги різних територій [67, с. 14]. У рамках політико-історично підходу слід визначити напрацювання американських дослідників Р. Патнема (концепція реконструктивної рефлексії) [101, с. 36] та С. Джонса (теорія «Єдиного поля») [222, р. 111-123].

У центрі уваги дослідників, які представляють соціально-політичний підхід політичної регіоналістики, є виявлення структурних і функціональних чинників, які впливають на формування стабільних і стійких соціальних і політичних систем. Аналіз територіальної структури здійснюється з погляду зору її функціональності в просторі, у процесі чого основний акцент робиться на розгляді відмінностей між регіонами, на унікальності факторів, що впливають на їх розвиток.

Однією з основних дослідницьких проблем виступає взаємозв'язок політичної диференціації простору і ефективності функціонування об'єктів у залежності від їх місця розташування в ньому. Дослідники вказують, що найбільш прогресивному розвитку регіонів сприяє їх розташування щодо

центрів зростання виробництва, науки, культури тощо [67, с. 17].

Соціально-політичні підходи представляють суттєвий інтерес для політичної регіоналістики, акцентуючи увагу на можливостях аналізу таких політичних аспектів регіонального розвитку:

- визначення чинників і умов, що сприяють прогресивному розвитку регіональних соціумів;
- обґрунтування значимості соціального, економічного, інформаційного і т.п. потенціалу для можливості політичного домінування території в системі міжрегіональних і міжнародних відносин;
- виявлення передових регіонів, які є світовими центрами інноваційного розвитку;
- розробка стратегій модернізаційного розвитку для периферійних регіонів;
- виявлення залежності між соціальною, культурно-історичною, економічною та політичною унікальністю регіону в державі і виникненням сепаратистських або експансіоністських тенденцій;
- визначення ключових для регіону соціально-політичних проблем, що впливають на постановку цілей стратегічного розвитку [67, с. 20].

У рамках соціально-політичного підходу варто визначити напрацювання дослідників Г. Алмонда [4], К. Дойча [32], Д. Істона [53], Т. Парсонса [100], Р. Хартшорна [175] та ін.

Аналіз джерельної бази з політичної регіоналістики свідчить про те, що базовими категоріями, якими оперують науковці, визначаючи певну сукупність явищ, інститутів та процесів, що існують та відбуваються у певних просторових межах та локаціях, є «територія» та «простір».

Як зазначає Р. Туровський, «обов'язковим і невід'ємним атрибутом кожної держави є територія. Це – ключова теза для політичної регіоналістики, оскільки вивчення відносин між державою та її територією слід вважати її найважливішим науковим завданням» [152, с. 30].

Велику популярність має концепція територіальності, автором якої є Р.

Сак. У його роботах територіальність визначається як «спроба індивіда або соціальної групи контролювати або вплинути на людей, явища, їх взаємозв'язок шляхом делімітації та контролю над географічним ареалом» [241, р. 19]. Територіальність у політиці – це особлива модель поведінки тих чи інших політичних суб'єктів, метою якої є освоєння простору і контроль над ним. Державотворення служить, таким чином, виявом територіальності з боку державоутворювальних суб'єктів, якими можуть бути певні соціальні, етнічні та інші групи, а також конкретні лідери [152, с. 30].

Можна стверджувати, що в сучасних умовах територія є обов'язковим атрибутом держави і будь-якої її частини. Її можна тлумачити як «ділянка земної поверхні, яка зайнята певним політичним явищем» [152, с. 30]. Політичний процес державотворення є виявом територіальності з боку державотворчих суб'єктів. За аналогією, формування політичних регіонів і субрегіонів є результатом цілеспрямованої діяльності суб'єктів, до числа яких належить як держава загалом (точніше – політичні суб'єкти загальнонаціонального рівня, позиції яких можуть не збігатися), так і політичні суб'єкти, що мають локальну прив'язку [83, с. 261].

За визначенням російського дослідника С. Бабуріна, «територія держави – це географічний простір самовизначення народу, у межах якого держава забезпечує свій суверенітет і свою юрисдикцію» [7, с. 824], а, відповідно, може мати власні інтереси.

Як зазначає український дослідник у галузі права О. Батанов, «розглядаючи територію як одну із основних критеріальних ознак будь-якої держави, необхідно мати на увазі, що територія є також життєвим простором людей» [9, с. 49]. Тому особливістю будь-якої сучасної держави є колективність, що жорстко прив'язана до певної території - територіальний імператив. Політична організація сучасного світу базується головним чином на поділі країн і народів за територіальним принципом. Причому, у межах цих територій немає іншої влади, крім влади суверенної держави, юрисдикція якої поширюється тільки на цю територію [85, с. 312].

Однією з базових категорій наукового пошуку в контексті дослідження є «територія». Особливий інтерес становлять наукові доробки української дослідниці Т. Нагорняк, яка акумулювала попередній науковий досвід щодо визначення таких понять, як «територія» та «політична територія». На її думку, «політичні процеси сучасності, ідеологічні перетворення у світі, міжнародні відносини і світова політика базуються останнім часом на конкуренції територій за володіння та використання ресурсів. За умов закріплення глобалізаційних тенденцій та зростання впливовості інформаційних технологій, держави світу, як політичні суверенітети, все менше стають цілісними та інституційними гравцями світової конкуренції у будь-якій сфері. Поряд з об'єднаними політичними територіями на кшталт ЄС, у світову конкуренцію за ресурси включаються міста, курортні зони та регіональні утворення. Закріплення цього у масовій свідомості, у політичному полі та бізнес просторі спонукає політичні інститути (міжурядові, державні та регіональні) шукати стратегії використання їх ресурсів задля власного прибутку» [86, с. 10].

Як зазначає Т. Нагорняк, «територіальність у політиці проявляється у формі цілеспрямованої діяльності політичних акторів, що інституціоналізують простір відповідно до власних інтересів з метою контролю та використання ресурсів цього простору. Тому держава та її адміністративні одиниці (міста, області, автономії тощо) є політичними територіями. Більш того, ці політичні території виступатимуть політичними інститутами, що обумовлюють характер сучасної політики брендингу» [85, с. 312-313].

Ключовими елементами території, що роблять її політичним інститутом є:

- політико-адміністративні кордони території як межі її юрисдикції;
- влада як територіальна бюрократія, що має монополію на керівництво суспільними процесами тільки у межах своїх кордонів;
- територіальна громада, яка залучена до суб'єктно-об'єктних політичних взаємовідносин, має політичну ідентичність та право «самостійно

вирішувати питання місцевого значення»;

- законодавчі та нормативно-правові підстави функціонування території як політичного інституту, що визначають її суверенітет (чи інший політичний статус у межах територіальної ієрархії) і відповідно регламентують процеси артикуляції політичних інтересів у контексті її внутрішньої ієрархії та зовнішніх відносин;

- територія як електоральна адреса з певними політичними мотиваціями, моделями політичної поведінки, на що спрямовані стратегії і тактики виборчого процесу [86, с. 13].

Згідно із типологією, запропонованою Т. Нагорняк, «різнovidами політичних територій можуть бути території глобального (мега) рівня (наднаціональні утворення – ЄС, ШОС), макрорівня (національні суверенітети, які можна визначити як «держави-нації») і мікрорівня (регіони та субрегіони, які збігаються з територіально-адміністративними складовими держави – міста, райони та які не збігаються, маючи історико-ментальні кордони – Буковина, Кузбас, Голівуд)» [86, с. 13]. Виходячи з цього, логічним буде в цій роботі взяти для аналізу ЄС та НАТО, які мають безпосередній вплив на Україну.

Базовою категорією наукового пошуку у контексті інформаційного напрямку захисту національних інтересів, необхідно використовувати категорію «політична територія» як простір, що внаслідок цілеспрямованої діяльності політичних акторів має інституційний статус та офіційно визнані атрибути функціонування (назва/кордони, владні інститути, адміністративний, ідеологічний та громадський устрій). Територія, як політичний інститут, є суб'єктом політичних відносин, що має політико-правовий статус, виступає носієм ресурсів (аутентичних та симулякрів), використання яких, за умов цілеспрямованої стратегії та корекційних політичних практик, можуть зробити територію брендом і відповідно підвищити її рейтинг у світі та в очах її населення» [86, с. 14].

Політична суб'єктність визначається цілеспрямованою політичною

діяльністю. Це сукупний результат об'єктивної можливості політичної дії і суб'єктивної спроможності до неї. Тож і в політології, і у філософії за провідний критерій суб'єкта політики дослідники визнають результативну політичну дію, у процесі якої здійснюється вплив суб'єкта на політичні процеси, а під політичною суб'єктністю розуміють здатність суб'єкта викликати політичні зміни [68, с. 47-48]. Демонструючи активність задля досягнення політичних інтересів, «територія набуває певних форм, щоб бути суб'єктом політики». Територіальні інтереси, у першу чергу, презентують мегаактори політики – держава (органи влади – центральні та на місцях), політичні партії, політичні ЗМК, політичні об'єднання, до складу яких входять представники територій; макроактори – бізнес та інші групи інтересів і територіальна громада та мікроактори – окремі символічні персони, з якими асоціюється територія.

Другою категорією, яка викликає зацікавленість, є «простір» та «політичний простір». Р. Туровський зауважує, що «у політичній науці можна зустріти поняття «політичний простір», яке нерідко використовується без пояснень, передаючи навіть не поняття, а швидше метафору, що позначає конфігурацію, співвідношення політичних інститутів і явищ або політичне середовище, у якому відбуваються ті чи інші соціальні процеси. У нашому випадку поняття «простір» використовується у суто «споконвічному» сенсі» [152, с. 15-16].

Згідно з висновками Р. Туровського, під простором слід розуміти «сукупність об'єктів (предметів і явищ), які розглядаються за допомогою таких атрибутів, як положення відносно одне до одного, протяжність, форма, відстань і орієнтація» [152, с. 15]. Це трактування достатньо чітко прив'язує простір до конкретних географічних констант, які мають відносно сталий характер та показники. Але розуміння політичного простору може мати більш широке трактування, бо сучасні політичні процеси виходять далеко за межі конкретних політичних територій. Враховуючи становлення політичної регіоналістики як окремої науки, існує безліч трактувань і розумінь сутності

«політичний простір».

На проблему невизначеності категорії «політичний простір» вказує українська дослідниця О. Чальцева. Вона ставить слушне питання, на яке у методологічному плані не існує однозначної відповіді. О. Чальцева зазначає, що ««просторовий» дискурс призвів до появи безлічі теорій щодо соціального, політичного, економічного, інформаційного просторів. При поясненні дефініції «політичний простір» дослідниками застосовувалися різні методологічні підходи (системний підхід, структурний функціоналізм, конструктивізм, комунікативний підхід, неоінституалізм, структуралізм та ін.), які ускладнили трактування в розумінні вказаної категорії, але в той же час поставили перед науковим співтовариством безліч питань, які вимагають свого осмислення: що вважати політичним простором, один чи безліч просторів існує, де межі цих просторів, чи пов'язаний простір з територією або це нематеріальна категорія, хто формує простір тощо» [177, с. 21-22].

Як зазначає український науковець С. Внучко, «сьогодні багато дослідників поділяють думку про те, що зберігається значущість територіального, національно-державного розуміння політичного простору, проте визнають, що виникають нові простори, які не зводяться лише до територіальності. Хоча поняття «простір» часто використовується як синонім об'єму або території (космічний, український, американський), воно насправді характеризує швидше соціальну реальність, «накладену на територію». Звідси – поняття економічного, політичного, культурного, правового або інформаційного простору» [21, с. 49].

Спираючись на дослідження російського вченого І. Чихарева, С.Внучко зазначає, що ««старі» простори політики описуються в термінах державного і муніципального управління, а також міжнародного управління. Державне управління має територіальне охоплення і внутрішню просторову організацію. Ця конструкція містить принципи державного устрою і «мапу влади», що розмежовує поле конкуренції, сфери вироблення і ухвалення рішень. Міжнародне управління в традиційному сенсі частково переносить

позначену схему на міжнародний рівень» [21, с. 49].

С. Внучко акцентує увагу на тому, що світова політика під впливом різних та непередбачуваних факторів вимагає впроваджувати нетрадиційні підходи до формування та реалізації політики. Це створює умови для появи нових видів діяльності і виникнення нових сенсів у звичних видах взаємодії. Ці трансформації змінюють конфігурацію традиційних політичних просторів. Сфера управління вже не обмежується територією окремої держави. Державний устрій добудовується і надбудовується за рахунок транскордонних регіонів або нових округів, що більш повно охоплюють нові сфери регулювання [21, с. 49].

Таким чином, межі «політичного простору» можуть виходити за кордони «політичної території», знаходячи своє відображення не лише у вигляді політики, яка орієнтована на внутрішній простір територій, а й у вигляді т.з. зовнішньої політики. Під зовнішньою політикою розуміється вся сукупність раціональних дій актора/акторів політики для досягнення певної мети за межами кордонів «політичної території» як «держави».

Глобалізаційні процеси, які притаманні сучасному суспільству, створюють об'єктивні вимоги для виходу політики за межі політичних територій. Це пов'язано не лише з необхідністю пошуку ресурсів (фінансових, природних, людських та ін.). Такий вихід слід розглядати через призму геополітичних процесів.

На думку вітчизняного дослідника С. Кононенка, політика вже не може орієнтуватись лише на внутрішній простір окремої політичної території. Сучасні політичні процеси об'єктивно вимагають враховувати особливості глобалізованого світу. Ті межі, які пролягають між геополітичними формаціями, об'єктивно розмежовують й світову політику [64, с. 39]. Отже, геополітика виникає у сфері накладення складних міжнародно-політичних відносин на складноструктуровану земну поверхню. С. Кононенко цілком справедливо відзначає, що геополітика є глобальною, оскільки виникає лише тоді, коли завершується розподіл земної поверхні між державами світу і,

відповідно, завершується формування цілісної світової системи міжнародної політики. З цього моменту власне й може йтися лише про перерозподіл політичного простору, а не про поширення на нові геополітичні простори, що створює конкуренцію між територіями [64, с. 41].

С. Кононенко зауважує, що утворення та розширення національних держав співпадали з географічним простором. Кордони національно-державних організацій накладалися на геополітичні лінії поділів та включали в себе частини геополітичних формацій, що сукупно компонують геополітичну макроструктуру сучасної світової політики. Геополітика проектується в середину національної держави й національної політичної спільноти, витворюючи окремий вимір геополітичної взаємодії та переносячи до політики внутрішньої всі ті напруження й протистояння, які в політиці міжнародній зумовлюються дією геополітичних факторів» [64, с. 41]. На його думку, «національна держава має геополітичне розташування, що визначається тим, до яких геополітичних формацій вона належить та які геополітичні лінії поділу включає чи перетинає своїми кордонами.

Перша ситуація (авт. – належність держави до певної геополітичної формації) передбачає належність національної держави до однієї геополітичної формації або ж навіть охоплення національно-державними кордонами всієї геополітичної формації, якщо йдеться про велику державу. Друга (авт. – включення чи перетинання кордонів геополітичної формації) ситуація передбачає переважну належність до однієї геополітичної формації та часткову причетність до інших. Третя ситуація передбачає одночасну належність до кількох геополітичних формацій, коли державно-адміністративною територією пролягають різні геополітичні лінії поділу, формуючи комплексний національно-політичний простір та генеруючи, зумовлене дією геополітичних факторів, внутрішньополітичне напруження» [64, с. 42].

Аналіз сучасних політичних процесів свідчить про неминучі зміни у сприйнятті національних держав у контексті т.з. «Вестфальської системи».

Глобалізаційні процеси об'єктивно затирають існуючі кордони та виводять на політичну арену все більшу кількість нетипових акторів, які мають безпосередній вплив на політичну владу.

Як зазначає дослідник І. Чихарєв, спираючись на роботи В. Ільїна, «категорія «влади» стає ширшою від категорії «суверенітет над певною територією». З другої половини ХХ століття влада здобуває нетериторіальні форми» [178, с. 18]. Таким чином, можна припустити, що існуючі національні держави при збереженні традиційних форм набувають нового змісту. Спостерігається конфлікт між «старою» та «ною» дійсністю, коли формально кордони держав-націй є непорушними, а реально вони вже не можуть забезпечити захист власної території від зовнішніх впливів, і як, наслідок – забезпечити свій суверенітет та незалежність без втрати самої території.

Проблему сутності та відповідності сучасним викликам національних держав порушує російська дослідниця В. Федотова [170]. Вона констатує факт виникнення нових глобальних акторів, серед яких – територіальні об'єднання. В. Федотова зазначає, що у сучасному глобальному світі спостерігаються процеси перетворень національних держав у нові форми організації співіснування людей у межах спільної території та взаємодії з іншими державами. Під впливом глобалізаційних процесів, утворенням спільних культурних, ідеологічних, економічних просторів держави поступово втрачають свій національний суверенітет, делегуючи його частину наддержавним утворенням. Це опосередковано підтверджує тезу, що вони вже не можуть мати повний контроль над кордонами, що дозволяє переміщувати через нього неконтрольовані образи та смисли. Формально, держави залишаються основними політичними акторами, які представляють інтереси своїх громадян. Роль держав у такій системі міжнародних відносин не втрачається. Вони, як і раніше, мають владу на внутрішній території. Але їх дії підзвітні співтовариству держав. Вони стають посередниками між локальними, регіональними та глобальними рівнями. Незважаючи на переваги

глобалізації, які можуть отримати держави, відзначається протилежна тенденція – її конкуренція з ростом значущості держав і національних інтересів. Ця тенденція виражається у зростанні національно-державного бачення і зміні методології у бік визнання нового – третього – Модерну як самого Заходу, так і незахідних країн [170, с. 133-135].

Спостерігається розширення боротьби між державами від контролю за політичними територіями до контролю політичного простору. У цьому контексті слухними є думки Дж. О'Тоала, ірландського дослідника геополітичних процесів, який вважає, що «в сучасних умовах разом з традиційними політичними реаліями починає виникати принципово новий вимір геополітики, меншою мірою прив'язаний до тих або інших географічних об'єктів, але від цього не менш реальний. Він має на увазі сучасні досягнення науки і техніки (інтернет, стільниковий зв'язок, факси, супутникові технології, персональні комп'ютери, кабельне телебачення, безпроводний зв'язок), які дійсно змінюють простір, надають йому нові виміри, в яких дійсно зближуються точки, які на глобусі можуть розділятися десятками тисяч кілометрів, і неймовірно віддаляються точки, які в звичайному географічному просторі можуть бути сусідами між собою» [цит. за: 21, с. 49-50].

Дж. О'Тоал вважає, що «будь-який світовий лад, розгорнутий у географічному просторі, уявляється гегемоністичним за своєю природою. Одна або декілька держав виступають гегемоном, який підпорядковує собі решту світу, нав'язуючи йому певні правила гри і породжує певний апологетичний дискурс, який оголошує існуючий стан речей справедливим, необхідним і найкращим з інших можливих альтернатив» [цит. за: 21, с. 49].

Як зазначає дослідник О. Ляховенко, «Дж. О'Тоал доходить висновку, що суспільства відриваються від своїх номінальних територіальних коренів, відбувається стиснення і навіть загибель традиційних вимірів простору. І це стосується не тільки побутового життя звичайних громадян, можливостей їх переміщення між континентами і обміну інформацією. Крім того, ці зміни починають торкатися політичного життя» [72, с. 184].

Розширення спектру конкурентної боротьби у сучасному світі за доступ та контроль над ресурсами призводить до переоцінки напрямів і способів захисту та просування національних інтересів не лише країн, а й певних ідеологій та цивілізаційних парадигм. Незважаючи на те, що глобалізаційні процеси затирають географічні кордони, збільшують глибину та широту проникнення одних держав у простір інших – базовою категорією, що окреслює межі боротьби, залишається територія.

Сьогодні людство зіткнулося з унікальним феноменом – з одного боку простір нашої планети поділений на конкретні держави, які мають власні, визнані світовим співтовариством, кордони (окрім спірних територій та квазідержав). З іншого – ці межі (кордони) мають умовний характер. Розвиток телекомунікаційних систем, розширення рівня доступу людей до інформації у фізичному просторі, якщо не знищують кордони, то роблять їх прозорими. Сучасні геополітичні та історичні процеси ХХ століття сприяли появі нових територіальних утворень. При збереженні існуючих кордонів національних держав, створені потужні наддержавні об'єднання, які мають глобальний вплив на політичні, економічні, соціальні, гуманітарні сфери життя. Якщо порівнювати політичні практики ХХ століття і попередні практики епохи глобальних імперій, головною відмінністю є не підпорядкування захоплених території та їх включення у власні межі, а створення певних просторових конструктів, які об'єднують території на певних ідеологічних, безпекових, економічних та релігійних засадах. Серед прикладів таких об'єднань на сучасному етапі можна назвати ЄС, НАТО, ЄврАзЕС, ШОС, БРІКС, ІДІЛ та інші. Створення спільних просторів з одного боку розширює можливості та підтримку територіям, з іншого – розмиває усталені кордони та суверенні простори.

За типами, політичний простір держави можна поділити на внутрішній та зовнішній. Під внутрішнім політичним простором розуміється вся сукупність політичних явищ та процесів, які відбуваються у межах певної політичної території (держави-нації) та орієнтована на забезпечення її

стабільного існування, максимального захисту, непорушності кордонів та збереження суверенітету. У цьому контексті можна стверджувати, що чим сильніша і міцніша держава, тим більше вона покрита власним політичним простором. В ідеальному варіанті політичний простір повинен бути віддзеркаленням політичної території в межах її кордонів і мати достатню щільність, яка забезпечить невтручання та перекриття власної території іншими просторами.

Під зовнішнім політичним простором слід розуміти усю сукупність політичних явищ та процесів, які виходять за межі політичної території з метою створення максимально сприятливих умов для забезпечення власної безпеки та невтручання у внутрішній простір інших територій/просторів, просування та захист власних інтересів у зовнішньому світі.

Унікальністю сучасного політичного простору можна вважати його властивість проникати в інші простори, які не притаманні класичному розумінні політики. Він достатньо гнучкий та перетинається з іншими просторами, такими, як інформаційний, образний, смисловий, тощо.

У широкому сенсі під інформаційним простором розуміється вся сукупність дій і процесів, основною метою яких є вироблення та поширення інформації, яка забезпечує життєдіяльність усього суспільства. Під образним – простір, у якому функціонують знакові системи, через які віддзеркалюються об'єкти світу. Під смисловим – сукупність сутнісних характеристик та уявлень про світ.

У цьому контексті політичний простір має такі різновиди:

1. Політико-інформаційний простір.
2. Політико-образний простір;
3. Політико-смисловий простір;

Під політико-інформаційним простором розуміється сукупність технічних засобів та дій з вироблення, поширення та збереження політико-релевантного знання про політичну територію, її цілі та завдання. Також до цього простору слід віднести увесь набір політичних комунікацій, які

забезпечують обмін інформацією в межах політичної системи, яка притаманна певній території та обумовлює взаємодію із зовнішнім світом.

Під політико-образним простором ми пропонуємо розуміти всю сукупність матеріальних та нематеріальних образів та процесів, які ідентифікують територію (герб, гімн, прапор, видатні особи, вироблені товари, історичні місця, тощо), створюють емоційний зв'язок з цільовими аудиторіями задля просування та захисту національних інтересів.

Під політико-смісловим простором розуміється сукупність сутнісних характеристик тих чи інших явищ та процесів, які формують інтерпретації дійсності та створюють політико-релевантне знання задля просування та захисту національних інтересів.

Як зазначають дослідники В. Колосов та М. Мироненко, «суспільство переміщує свою активність із простору фізичного у простір інформаційний, наповнений певними образами, які створюють керовані картини світу. Втрата зв'язку та прив'язки до певних територій змушує людину виходити за її межі. Картина світу, що складається в масових уявленнях загалом, і окремих соціальних груп зокрема, суттєво відрізняється від реальної. У наше століття бурхливого розвитку засобів масової комунікацій уявлення про світ замінює сам світ. Геополітичний простір (у контексті дослідження розуміється політичний простір глобального рівня) не тільки у свідомості пересічних громадян, а й професійних політиків, зазвичай складається зі сформованих колективним і індивідуальним досвідом символів і міфів» [61, с. 14].

1.2. Політика захисту національних інтересів держави

Враховуючи той факт, що політичні території не можуть існувати у вакуумі, вони повинні продукувати певне знання та поширювати його задля опису певних політичних явищ процесів та подій. Це знання повинно формувати кероване сприйняття політичної території (держави) у тому контексті, який забезпечить досягнення стратегічних цілей, просування та захист національних інтересів [11, с. 113].

У рамках дослідження предмета та об'єкта дисертаційної роботи одними із ключових категорій є «національні інтереси», «політика захисту національних інтересів» та «інформаційний вимір політики захисту національних інтересів».

Як зазначає українська дослідниця з міжнародного права О. Турченко, «незалежно від рівня безпеки – національної, регіональної, міжнародної – завжди об'єктом її забезпечення виступають інтереси того чи іншого суб'єкта і на сьогодні часто інтереси одного суб'єкта підміняються інтересами іншого. Так, національний інтерес в умовах глобалізації інколи підміняється гуманітарними інтересами або інтересами «міжнародного співтовариства». Проте сподівання на реалізацію такого інтересу в умовах глобалізації є марними, оскільки не існує жодної національної держави, яка була б здатною принести у жертву свої інтереси заради інтересів інших держав, якщо при цьому вона не переслідує інших стратегічних цілей» [153]. У широкому смислі «національними інтересами» є суб'єктивним усвідомленням основних, життєво важливих потреб країни [91, с. 46].

Категорія «національний інтерес» завжди мала і буде мати значний попит на дослідження в різних галузях знань. Проблеми національних інтересів держави у різних сферах наукового знання досліджували представники як зарубіжних, так і вітчизняної наукових шкіл. Серед них варто відзначити роботи Р. Арона [192], В. Горбуліна [143], О. Воронянського [23], Дж. Кеннана [57], А. Колодій [60], В. Ліпкана [70], Г. Моргентау [80], Н. Москальової [81], Дж. Розенау [131], Н. Спайкмена [243], О. Турченко [153] та ін.

У наукових школах існують два підходи до тлумачення національного інтересу: реалістичний та ідеалістичний. Також в американській політології існує суб'єктивний підхід, за яким національні інтереси та зовнішня політика визначаються суб'єктивними інтересами політичних діячів [81, с. 29].

Аналіз наукових джерел свідчить, що в сучасній науці не існує єдиного розуміння і тлумачення, що таке «національний інтерес».

Як зазначає українська дослідниця права О. Турченко, на разі не існує єдиного визначення поняття «національний інтерес». Узагальнюючи напрацювання різних науковців, вона виділяє наступні визначення:

- національний інтерес – система цінностей, що являє собою феномен суспільної свідомості, який ґрунтується на почутті приналежності до певного народу та відрізняється від системи індивідуальних цінностей (В. Шевченко, М. Іващенко);

- національні інтереси – це усвідомлені суспільством та виражені в тих чи інших нормативно-правових актах у вигляді програми цільових настанов життєво важливі потреби існування та розвитку природи людини, соціальної групи, суспільства, держави (Н. Нижник, Г. Ситник, В. Біроус);

- національні інтереси – це визначальні потреби суспільства (держави), які є похідними його (її) базових цінностей і виявляються у загальноприйнятному ідеальному або нормативному комплексі цілей (О. Гончаренко, Е. Лисицин, В. Вагапов). У свою чергу О. Дзьобань розширює коло суб'єктів таких потреб і визначає національні інтереси як об'єктивно існуючі, усвідомлені потреби і устремління особистості, суспільства і держави в забезпеченні безпеки у всіх сферах їх життєдіяльності, внутрішньої стабільності в суспільстві суверенітету й територіальної цілісності, міцного становища країни в окремих регіонах і у світі загалом, досягненні її стійкого функціонування й розвитку [цит. за: 153].

Фундамент і базові напрацювання у визначенні та осмисленні категорії «національні інтереси» має школа «політичного реалізму» Г. Моргентау, яка для автора представляє особливий інтерес.

Концепція національного інтересу дозволяє розглядати міжнародну політику як сферу, відносно незалежну від таких сфер, як економіка, релігія, етнічні відносини. Г. Моргентау відзначає, що без подібного теоретичного допущення неможливо створити теорію політики. Він зазначає, що саме поняття інтересу, трактують у термінах влади і могутності, дає можливість теоретичного розуміння міжнародних відносин і міжнародної політики.

Політичний реалізм убезпечує теорію міжнародних відносин від двох помилок – дослідження мотивів і намірів, що лежать в основі політичних дій, а також вивчення ідеологічних уподобань суб'єктів міжнародних відносин. Погляд, згідно з яким ключем до розуміння зовнішньої політики є винятково мотиви державного діяча, є хибною. Зовнішню політику не можна розглядати через психологічні феномени [179].

Інтереси політичні реалісти розглядають як динамічну систему, Г. Моргентау писав: «Політичний реалізм вважає концепцію інтересу, що розуміється в термінах влади, не як раз і назавжди встановлену і незмінну, а як залежну від ситуації». Інтереси змінюються в залежності від історичних умов. Тут Моргентау посилається на М. Вебера, який писав, що інтереси (матеріальні й ідеальні), а не ідеї визначають тип соціальної дії. Різні види інтересів, що визначають політичні дії, формуються в конкретний історичний період і в конкретному політичному і культурному контексті [цит. за: 179].

Інтереси – це довгострокові стандарти, за якими можна характеризувати, оцінювати політичні рішення і дії. Сучасні зв'язки між інтересами і національною державою - це продукт історії і, отже, вони можуть змінювати свою конфігурацію. Зв'язок між національними інтересами і їх продуктом - державою - з часом може зникнути. Політичний реалізм не заперечує, що сучасний розподіл світу на національні держави може бути замінено союзами держав або іншими утвореннями [179].

На думку Г. Моргентау, ««національний інтерес» містить два основні елементи: центральний (постійний) і другорядний (мінливий). Центральний інтерес складається з трьох чинників: природи інтересу, яка повинна бути захищена, політичного оточення, у якому діє інтерес, і раціональної необхідності, що обмежує вибір цілей і засобів. Другорядний елемент є конкретною формою, якої справжній «національний інтерес» набуває у просторі та часі» [58, с. 39].

Як зазначають українські дослідники П. Гай-Нижник та Л.Чупрій, «у вітчизняній політології існує кілька підходів до розуміння цієї категорії, їх

систематизації, що співпадають з класифікацією західних політологів-реалістів. Стосовно навколишнього зовнішнього світу національні інтереси виражаються у сукупності зовнішньополітичних інтересів держави, які розрізняються за своєю важливістю для його життєдіяльності. Розрізняється фіксований (постійний) і змінний зміст національного інтересу. Незмінна частина включає завдання забезпечити зовнішню безпеку держави. Змінна частина змісту розглядається через призму наявної політичної ситуації, особистісних якостей представників політичної еліти, актуальних тенденцій у різних сферах суспільного життя тощо» [цит. за: 25, с. 466].

Також, вони зазначають, що «реальні матеріальні та політичні потреби в розвитку держави можуть змінюватися, а разом з ними відповідно змінюються інтереси, цілі та засоби зовнішньополітичної діяльності. Зміна потреб та інтересів держави веде до зміни й ідеологічних цінностей.

Виділяють два основні рівні національних інтересів держави: рівень ключових зовнішньополітичних інтересів і рівень специфічних інтересів. Перший пов'язаний із забезпеченням її безпеки і цілісності як соціально-економічної, політичної, національно-історичної та культурної спільності з захистом економічної і політичної незалежності держави. Головні інтереси держава забезпечує усіма військовими, економічними, дипломатичними ідеологічними та культурними засобами» [цит. за: 25, с.466-467].

Згідно з офіційним тлумаченням в Україні поняття «національні інтереси», яке зафіксоване у Законі України «Про основи національної безпеки України», розуміється як «життєво важливі матеріальні, інтелектуальні і духовні цінності українського народу як носія суверенітету і єдиного джерела влади в Україні, визначальні потреби суспільства і держави, реалізація яких гарантує державний суверенітет України та її прогресивний розвиток» [45].

Таким чином, національні інтереси можна охарактеризувати як певний набір установок, які забезпечують розуміння та визначення життєво важливих сфер життя і напрямів розвитку політичної території (держави-нації) у

внутрішньому та зовнішньому політичному просторі. Національні інтереси визначають для інших територій певні смислові конструкти, які дозволяють ідентифікувати межі співробітництва або конкурентної боротьби, а також межі «політичних» претензій на увесь або частину політичного простору.

Наступним етапом наукового пошуку є визначення принципів та механізмів злагодженої та системної діяльності політичної території (держави-нації) з захисту своїх інтересів, у т.ч. в інформаційно-комунікаційній сфері. Така діяльність автором розглядається як вироблення та реалізація певної політики. Узагальнено, політика є організаційною, регулятивною, контрольною сферою суспільства, у межах якої здійснюється соціальна діяльність, спрямована головним чином на досягнення, утримання й реалізацію влади індивідами й соціальними групами задля матеріалізації власних запитів та потреб [104, с. 14].

Як зазначає українська дослідниця Т. Нагорняк, «етимологія слова «політика» і англomовні терміни сьогодні відтворюють категоріальний апарат політичної науки, розкривають багатомірність змісту поняття «політика». Під політикою можна розуміти:

- сферу взаємовідносин соціальних груп – груп інтересів, що мають вияв у їх цілеспрямованій діяльності з метою отримання, контролю чи використання політичної влади (politics);
- адміністративний, формалізовано-інституційний, ідеологічний та громадський устрій у межах кордонів певної території, що формує політичну систему (polity);
- політичний курс, стратегія державного розвитку, що базуються на пріоритетності національних інтересів і реалізації перспективи держави-нації у внутрішньополітичному та міжнародному полі (policy);
- публічна політика, як сфера управління суспільними процесами (public policy) [86, с. 70].

Політика має публічну і непублічну форми існування, нормативно-правові та інституційні підстави реалізації. За рівнями реалізації політики

можна поділити на політику глобального мегарівня, політику у межах певного суверенітету (макрорівень) та політику мікрорівня (політика окремих акторів)» [86, с. 70-71].

У рамках дослідження особливий інтерес викликають напрацювання української дослідниці Т. Нагорняк у сфері брендингу територій. На думку автора, концепція та теоретико-методологічні підходи Т. Нагорняк можуть бути екстрапольовані у сферу досліджень інформаційного напрямку політики захисту національних інтересів. Це пов'язано зі спорідненими предметами та об'єктами дослідження, а також високим рівнем взаємопроникнення як політики брендингу територій в інформаційну, так і інформаційної політики в брендинг. При цьому ці два явища взаємодоповнюють одне одного, мають спільні горизонтальні та вертикальні поля в політико-образному та політико-смісловому просторах.

Виявами і формами впровадження інформаційного напрямку політики захисту національних інтересів, що роблять його політикою, є:

- нормативно-правові акти держави, якими визнається захист національних інтересів у інформаційно-комунікаційній сфері, як напрямок сучасної політики (національні стратегії розвитку окремих країн та наддержавних утворень, які мають спільні стратегічні цілі та завдання, національні програми, проекти тощо);
- рішення та постанови органів державної влади на місцях та органів місцевого самоврядування про результати їх цілеспрямованої інформаційно-комунікаційної діяльності (локальні територіальні програми з налагодження комунікацій, доступу інформації, іміджування та брендингу територій на макро- і мікрорівні, локальні проекти, які розроблені у відповідності з документами мегарівня – національними стратегіями, доктринами тощо) [85, с. 314];
- процес агрегування та артикуляції інтересів політичних суб'єктів – громади, влади, бізнес-груп – щодо їх спільної цілеспрямованої діяльності з метою використання ресурсів території (світовий досвід інформаційно-

комунікаційного партнерства у контексті міжсекторального партнерства, де влада, бізнес та громадянське суспільство спільно виробляють стратегії з урахуванням інтересів більшості зацікавлених сторін);

- формалізовано-інституційне оформлення інформаційно-комунікаційної діяльності як напрямку державної політики (реалізація політики через діяльність державних, комунальних, комерційних та неприбуткових організацій, які відповідають за реалізацію всієї або частини політики) [85, с. 314];

- стратегія державної інформаційно-комунікаційної політики, що базується на пріоритетності національних інтересів і реалізує перспективи держави-нації та наддержавних утворень, які мають спільні цілі у внутрішньополітичному та міжнародному полі (policy);

- публічна політика і політична дипломатія як механізми реалізації інформаційно-комунікаційної стратегії – обговорення, конкурси, іміджеві івенти, пілотні проекти, презентації – як заходи публічної політики і дипломатії та мистецтва управління суспільними процесами (public policy);

- сукупність образів, асоціацій, репутаційних та іміджевих характеристик, що становлять результат інформаційно-комунікаційної діяльності території, є складовою символічної політики суспільства, а сам імідж, репутація та бренд є політичним каналом створення та впровадження політичних символів [85, с. 315];

- контроль над внутрішнім та зовнішнім інформаційним просторами через ЗМІ, соціальні мережі, неформальні канали комунікації, технічні засоби моніторингу та оцінки інформаційного простору.

Функції інформаційно-комунікаційної діяльності, як напряму політики захисту національних інтересів держави (на базі теоретико-методологічних підходів політики брендингу територій Т. Нагорняк), полягають у:

- вираженні і задоволенні соціальних інтересів у вигляді вимог/підтримки «знизу» та рівня легітимності влади. Інформаційно-комунікаційна політика покликана створювати мешканцям і гостям території

можливості для реалізації їхніх інтересів і потреб щодо комфорту проживання, самореалізації, політичного представництва, захисту прав територіальної громади. За умови ефективної політики, державна влада (центральна і на місцях), як правило, має високий рівень підтримки і довіри;

- інтеграції території на основі узгодження соціальних інтересів влади, бізнесу і громади. Інформаційно-комунікаційна політика території має об'єднати вказані групи інтересів в єдиний координаційний центр, який виробляє стратегію формування і впровадження національних інтересів на підставі соціального запиту громади, при залученні бізнес-груп та через регуляторну функцію органів влади;

- соціалізації особи як носія і суб'єкта національних інтересів. Тобто становлення індивіда як члена територіальної та національної спільноти, залучення його до процесу поширення інтересів про територію у світі та серед територій-сусідів. Причому за сучасних умов війни за людину-фахівця, інформаційно-комунікаційна політика має сформувати домінуючий мотив громадської активності соціалізанта щодо вдосконалення іміджевих, репутаційних та інших характеристик території, де він мешкає;

- забезпеченні наступництва та інноваційності розвитку територій. Автентичність території успадковується новим поколінням жителів та набуває нових характеристик відповідно до глобальних тенденцій розвитку;

- обумовленні конкурентоздатності територій у світовій політиці та регіонів між собою в межах держави. Правильне позиціонування та оформлення національних інтересів формує потрібне ставлення до території (до людей, які там живуть, товарів, що там виробляють, характеристик, що можуть приваблювати) середньостатистичного мешканця планети – потенційного гостя/інвестора/роботодавця/політичного актора, а також підвищує самосвідомість нації [85, с. 315];

- виступає публічним індикатором політичної ідентичності та національної самосвідомості громадян. Розуміння та підтримка національних інтересів уособлюють у собі, в першу чергу, ставлення мешканців території до

себе (до своїх можливостей, розуміння свого успіху і комфорту, захищеності та вагомості, задоволеності і перспектив). Такі публічні індикатори мають стати базовими орієнтирами інформаційного напрямку захисту національних інтересів і лакмусовим папером правильності політики [85, с. 315].

Для того, щоб просувати та відстоювати свої інтереси, державам необхідно визначитись із принципами, механізмами, інструментами та каналами поширення політико-релевантного знання. Це забезпечить доступ до інформації про ці території, підштовхне цільові аудиторії до зворотного зв'язку та сприятиме розумінню інтересів.

Ефективна комунікація, будучи одним із стратегічних пріоритетів і конкретним інструментом просування території, перехрещується з усіма елементами політичної системи, функціями, факторами. Її роль полягає у формуванні та розповсюдженні знання, підтримці та цілеспрямованому впливу на обраних представників цільових аудиторій [99, с. 189]. Практична реалізація політики включає організацію та здійснення прямої (інформування, пропаганда та ін.) і непрямой (реалізація проектів з прихованого просування інтересів в обраному середовищі) комунікації території з усіма зацікавленими сторонами, від яких залежить просування та захист національних інтересів [20, с. 149].

Комунікація надає життя організаційній структурі держави, що є необхідним елементом її функціонування. Якщо раптом знищити канали зв'язків у системі, то вона припинить своє існування. Комунікація представляє політичний процес, що має широке відношення до функціонування індивідів, будь-якої групи, організації або суспільства загалом. Масова комунікація пронизує усі види соціальної, у т.ч. політичної діяльності. З її допомогою модифікується поведінка, здійснюються зміни, досягається поставлена мета. Конкретну політичну територію можна уявити у вигляді розгалуженої мережі каналів комунікації, які створені для збору, аналізу та систематизації інформації про внутрішній та зовнішній світи. А також для передачі

розроблених та адаптованих до існуючої реальності повідомлень [126, с. 10], у яких закодовані інтереси.

На думку автора, основним інформаційно-комунікаційним центром повинні бути центральні органи влади, які уособлюють у собі всі функції держави, у першу чергу, щодо захисту свого населення і просування його інтересів. Функції держави у найбільш розвинутій формі полягають у підтримці порядку та безпеки в рамках відокремленої кордонами території, створенню умов для соціального та економічного розвитку суспільства, для розподілу благ та послуг, підтримці зайнятості та задоволення основних потреб населення [176, с. 232].

Діяльність органів влади в інформаційно-комунікаційній сфері регламентується певними принципами, які окреслюють межі їх компетентності, що відображається в конкретній політиці. У загальному вигляді, інформаційну політику органів державної влади можна розглядати як сукупність принципів, підходів, смислів, які визначають закони функціонування інформаційної сфери [115, с. 12]. Її головною метою є поширення політико-релевантного знання про територію, яка підсилює всі основні концептуальні та стратегічні напрямки, у т.ч. з просування та захисту національних інтересів.

Інформаційний вимір політики захисту національних інтересів прямо пов'язаний із загальною системою національної безпеки. Як зазначає український дослідник у сфері інформаційної безпеки В. Ліпкан, «у науковому колі дискусійним залишається питання співвідношення понять «національна безпека» та «національні інтереси». Чимало дослідників акцентують увагу на проблемі широкого трактування категорій «національна безпека» та «національні інтереси», що фактично призводить до підміни іншої категорії, наприклад, «функція держави», а також злиття їх предметів. Найбільш популярним та логічним є розуміння того, що національні інтереси є категорією більш широкою, ніж національна безпека. У свою чергу, національна безпека є не лише інструментом задоволення національних

інтересів, а й одним із життєво важливих національних інтересів [71, с. 42]. Безпечні умови існування людини та суспільства, функціонування державно-правових інституцій є основою, плацдармом для їх подальшого розвитку та задоволення інших потреб» [71, с. 42].

Функціями інформаційного напрямку політики захисту національних інтересів держави є:

- забезпечення інформаційною інфраструктурою трансляцію закодованих національних інтересів;
- вироблення та розповсюдження смислів, які відповідають стратегії розвитку та просування національних інтересів з урахуванням потреб та цінностей цільових аудиторій;
- забезпечення доступу до інформації зацікавленим сторонам (стейкхолдерам) та споживачам території;
- координація каналів комунікації та центрів вироблення і розповсюдження смислів, що відображають національні інтереси;
- реагування на кризові ситуації та їх хеджування (мінімізацію);
- моніторинг, аналіз та корекція смислів, каналів комунікації та інформаційного простору.

Інформаційна політика повинна забезпечити процес створення, підтримки та просування національних інтересів у політико-образному та політико-смісловому просторах. У результаті такої діяльності будуть підтримуватися чітка ідентифікація та розуміння національних інтересів цільовими аудиторіями, їх норми поведінки та реакції на зовнішні виклики. Для того, щоб цей процес був вдалим, інформаційно-комунікаційна система захисту національних інтересів, повинна мати підтримку в масовій свідомості. Для цього представники цільових аудиторій мають засвоїти на емоційному рівні, з одного боку, та відчувати на рівні раціональному, з іншого, потребу та вигоду від використання пропонованого продукту [118, с. 18], у нашому випадку – інтереси держави. Створення та реалізація успішної комунікаційної стратегії, спрямованої на підтримку політики захисту національних інтересів,

забезпечить проектування майбутнього, впливатиме на прийняття необхідних політичних рішень та допоможе досягнути стратегічних цілей [13, с. 106].

1.3. Інформаційний напрям політики захисту національних інтересів держав в умовах нелінійних процесів сучасності

За умов глобальних криз, зміни парадигм існування та функціонування політичних систем сучасності виникає потреба у переосмисленні підходів та оцінки майбутнього традиційних форм політичного життя та управління. Політологічний академічний дискурс розширює свій категоріально-понятійний апарат у бік дослідження нелінійного розвитку суспільства, втрати монополій на владу традиційними політичними інститутами, збільшення впливу на прийняття рішень неполітичних акторів та зміни суспільно-політичної поведінки людей. За останні роки особливої уваги набувають інформаційно-комунікаційні практики, які забезпечують необхідні умови для збереження стабільності та захисту політичних систем, їх інтересів, створенню нових реальностей, управління смислами, які виходять за рамки класичного лінійного розвитку систем сучасності.

Як зазначає російський науковець Л. Бородкін, «представники різних наукових дисциплін незалежно один від одного констатують, що використання теорії самоорганізації, вивчення нелінійної залежності елементів складних систем, дозволяє внести розуміння закономірностей еволюції потужних впливів та схильностей змін внутрішніх станів систем» [18, с. 5]. У рамках дослідження особливий інтерес представляє реалізація інформаційної політики захисту національних інтересів територій, пошук оптимальних форм та механізмів її формування та реалізації в умовах нелінійних суспільно-політичних процесів.

Теоретико-методологічні засади дослідження систем містяться у роботах Г. Алмонда [4], К. Дойча [32], Д. Істона [53]. Самоорганізації систем та нелінійних процесів – Г. Хакена (синергетика) [174], І. Пригожина, І. Стенгерс (теорія дисипативних структур) [цит. за: 138], Л. Фуерта (теорія

попереджувального управління) [226], Н. Талеба (теорія антикрихкості) [146], Р. Арзуманяна [6], І. Добронравової [31], О. Князевої, С. Курдюмова [59]. Нелінійності суспільно-політичних процесів – Л. Бородкіна [18], Ю. Комарової [61], М. Польового [105], О. Суліміна [145], В. Пророка [125]. Політичної території – Т. Нагорняк [84]. Комунікативної дії – Ю. Габермаса [173]. Впливу інформаційно-комунікаційних технологій захисту національних інтересів держави в інформаційно-комунікаційній сфері – Ж. Бодрійара [10], Л. Губерського [28], С. Даниленка [29], Е. Тоффлера [151], Г. Куц [69], Є. Магди [73], Є. Макаренко [28], Г. Почепцова [114], Л. Смоли [138], Є. Тихомирової [149].

Міждисциплінарний предмет наукового дослідження впливу нелінійних процесів на системи, у т.ч. політичні, мають давню історію. За сучасних умов, коли частота та глибина проникнення нелінійних процесів через інформаційно-комунікаційні технології зростає, зокрема у політичному просторі, виникає необхідність переосмислення ролі та місця інформаційної політики держав з просування та захисту своїх інтересів, позиціонування та сприйняття їх цільовими аудиторіями.

Мета наукових пошуків автора полягає у визначенні специфіки інформаційного напрямку політики захисту національних інтересів держави за умов нелінійних суспільно-політичних процесів.

У рамках дослідження доцільно використовувати наукові доробки Т. Нагорняк щодо визначення політичної території. На думку дослідниці, ««політична територія» це простір, що, внаслідок цілеспрямованої діяльності політичних акторів, має інституційний статус та офіційно визнані атрибути функціонування (назва/кордони, владні інститути, адміністративний, ідеологічний та громадський устрій). Територія як політичний інститут - суб'єкт політичних відносин, що має політико-правовий статус, виступає носієм ресурсів (аутентичних та симулякрів)» [84, с. 112]. Під політичною територією слід розглядати держави-нації та їх об'єднання, які мають юридично закріплені та визнані у світі кордони, сталий адміністративно-

територіальний устрій, систему нормативно-правового регулювання та управління.

Політична територія («держава-нація») розглядається автором як місце, де функціонує політична система. Під політичною системою Т. Нагорняк розуміє «сукупність інститутів, які формують й розподіляють владу на певній території та керують суспільними процесами» [88, с. 78].

Аналіз теоретичних доробків Г. Алмонда та Д. Істона свідчить про те, що будь-яка політична система складається зі структурних елементів (тобто є складним явищем), які взаємодіють між собою та зовнішнім простором. Певним чином реагують на імпульси та дратівники через прийняття політичних рішень. Враховуючи наукові інтереси дослідників, які були зосереджені на вивченні загального принципу функціонування систем (Д. Істон) та їх структурних елементів (Г. Алмонд), та не зважаючи на розбіжність поглядів, спільним у їх напрацюваннях є наявність зв'язків, які забезпечують обмін інформацією, її агрегацій та вироблення політичних рішень на основі певних знань про дійсність.

У контексті дослідження особливий інтерес викликають напрацювання К. Дойча, який розглядає політичну систему як мережу комунікацій та інформаційних потоків, процес управління і координації зусиль людей з досягнення поставлених цілей. Цілі визначаються і корегуються на підставі інформації про становище суспільства, його ставлення до поставлених цілей про результати попередніх дій, про відстань до мети. Політичні рішення приймаються на підставі двох потоків інформації: зовнішнього та внутрішнього. Політичне управління К. Дойч порівнює з пілотуванням: визначенням курсу на підставі інформації про рух об'єкта у минулому та його місце знаходження у теперішньому часі до спланованої мети. Все функціонування політичної системи проявляється як сукупність інформаційних потоків, побудованих на принципах зворотного зв'язку [32, с. 198].

Таким чином, структурні елементи та сама політична система для

свого існування повинні взаємодіяти у внутрішньо та зовнішньосистемному середовищі, отримувати ззовні та виробляти власну інформацію, поширювати її, отримувати зворотній зв'язок з метою забезпечення стабільності та просування інтересів. Умовно всю сукупність принципів вироблення та функціонування інформаційної складової системи можна назвати її інформаційною політикою.

Така взаємодія передбачає не лише обмін певною інформацією заради самої інформації. Цей процес є сукупністю смислів та образів, оформлених у певні тексти, закладених в усне мовлення та інші форми комунікації, які спонукають конкретну особу чи цілу систему до дії. Слід зауважити, що ця дія має конкретну мету, яка повинна забезпечити захист та просування національних інтересів політичних територій як держав-націй.

Вироблення та артикуляція національних інтересів у вигляді конкретних смислів і повідомлень відбувається у політико-інформаційному просторі політичної системи. Незважаючи на стан та сталість тієї чи іншої політичної системи, просування та захист інтересів вимагає комунікативної дії. А, відповідно, входження в простори («життєві світи») структурних елементів власної та інших систем, що викликає певне протиборство та спротив.

Для розуміння інформаційно-комунікаційної сутності політичної системи доречно розглянути теорію комунікативної дії Ю. Габермаса. У рамках цієї теорії особливий інтерес становлять такі поняття, як: «система», «життєвий світ», «комунікативна дія», «комунікативна раціональність», «інструментальна раціональність», «політична раціональність». Вони, на думку автора, описують базові характеристики взаємодії між структурними елементами під час комунікації не лише на рівні взаємодії політичних інститутів, а й людини, яка є основним елементом будь-якої суспільної системи, у т.ч. політичної.

«Система», за Ю. Габермасом, це «процеси, які гарантують оформленість соціальної взаємодії, стабільність та стійкість цих форм (статус-

кво), прагне підпорядкувати собі світ смислів та значень, що створюють в інтерсуб'єктивній повсякденній комунікації («життєвий світ»), підміняючи процес узгодження спільних цілей процесом маніпулювання та підпорядкування» [19, с. 41]. На думку українського дослідника Д. Косенка, ««життєвий світ» – це «нетематизований горизонт значень, що складає основу життєвого досвіту індивіда», який утворює середовище комунікативної дії». Цей світ є базовим конструктом, у який планується вбудовувати та підтримувати певні смисли, що закріплюють розуміння інтересів території та інтерпретацію дійсності, у якій вона знаходиться. Бажання «системи» увійти до «життєвого світу» індивіда/групи індивідів спричиняє «комунікативну дію». «Комунікативна дія» здійснюється всередині життєвого світу, в якому існують учасники комунікації, а сама комунікативна дія – це діяльність, що орієнтована на взаєморозуміння. Виходить, що раціоналізація традиційного життєвого світу – це закономірна необхідність взаєморозуміння та консенсусу» [66, с. 6].

Як зазначає Д. Косенко, «одним із важливих визначень, що повинне забезпечити ефективну інформаційну політику захисту національних інтересів територій, є введений Ю. Габермасом термін «комунікативна раціональність». «Комунікативна раціональність» – це діяльність, яка орієнтована на виконання суб'єктами певних універсальних значущих норм діяльності та стосується взаємних очікувань поведінки її акторів. Тільки при комунікативно раціоналізованій діяльності мовленнєвий базис значущості з його вимогами істинності, правдивості та правильності стає взаємним та передбачуваним орієнтиром. Тільки такі комунікативно структуровані вимоги, які приймають та взаємно визнають учасники комунікації, уможливають консенсус, що несе в собі колективна комунікативна діяльність» [66, с. 6-7].

Іншими важливими аспектами в інформаційній політиці є «інструментальна» та «політична» раціональність. Під «інструментальною раціональністю слід розуміти «стратегічну (цілераціональну)» дію, при якій відбувається обрання конкуруючих між собою стратегій, що орієнтовані на

успіх тільки власного суб'єкта діяльності, а також готовність до сприйняття зовнішніх мотивів та аргументацій. Інструментальна раціоналізація відбувається частіше в соціальній діяльності та означає вибір засобів підвищення продуктивності, а саме – успішну для суспільства імплементацію знань, умінь та навичок» [66, с. 7].

«Політична раціональність», зорієнтована на раціоналізацію політичної сфери життєвого світу, що означає усунення таких владних відносин, які лишаються прихованими в структурі комунікації і перешкоджають усвідомленому розв'язанню та консенсуальному врегулюванню конфліктів як в інтрапсихічній (внутрішньо-душевній), так і в інтерперсональній (міжособистісній) сфері комунікації. Політична раціональність розвивається безпосередньо в комунікативній дії, у процесі якої досягається консенсус і раціоналізуються взаємовідносини між суспільством і політичною владою. Консенсус повинен забезпечуватися через спільне підвищення вимог значущості, насамперед, правдивості інтенціональних (спрямованих на певний предмет) висловлювань та правильності ґрунтовних норм» [66, с. 6-7]. Інформаційна політика у контексті дослідження розглядається саме як процеси, націлені на досягнення політичної мети, через створення капіталу лояльності та довіри. Це дасть змогу цільовим аудиторіям відносно керовано сприймати та розуміти національні інтереси держави-нації.

Конфліктогенність «входження» інтересів держав-націй або їх об'єднань у «життєвий простір» індивіда чи інших політичних територій полягає, за Ю. Габермасом, у певних «претензіях на свою значимість». Він зазначає: «об'єктивне обговорення може бути наявним тільки тоді, коли воно здійснюється за допомогою транссуб'єктивних претензій на значимість, які для будь-якого спостерігача і адресата має те ж саме значення, що і для суб'єкта. Істина і ефективність є претензіями такого роду. Так, для тверджень і для цілеспрямованих дій характерне те, що вони тим раціональніші, чим краще можуть бути обґрунтовано пов'язані з ними претензії на істину або

ефективність. Відповідно до цього використовується термін «раціональний», як характеристика особистостей, з боку яких можна очікувати таких проявів, особливо у складних ситуаціях» [173, с. 238].

Таким чином, комунікація, яка оформлена у певній політиці території, повинна забезпечити політичну систему набором смислів та інструментів їх розповсюдження задля утримання внутрішньої стабільності (консолідації структурних елементів), зовнішнє просування та захист власних інтересів, які вступають у конкуренцію з іншими політичними системами (територіями) та їх інтересами.

Розроблені на початку та в середині ХХ століття теорії політичної системи враховували відносно стабільну та прогнозовану ситуацію, яка з розвитком інформаційно-комунікаційних технологій та глобалізаційних процесів змінилася на більш непрогнозовану та нестабільну.

Збільшення кількості центрів продукування нових знань, швидкість їх поширення та різноманіття інтерпретації дійсності демонструють появу нових локальних та глобальних акторів. Така ситуація створила умови для зміни традиційної ієрархічної системи суспільно-політичних відносин, у т.ч. щодо захисту та просування національних інтересів; зміщення вертикалі відносин у площину горизонтальної взаємодії. Збільшення кількості аттракторів, як внутрішніх, так і зовнішніх, з одного боку, відкриває можливості для поповнення енергією та налагодження нових зав'язків. З іншого – створює додатковий тиск, навантаження на внутрішню структуру та загрожує цілісності системи. Під аттрактором розуміється безліч точок, до яких притягуються траєкторії динамічних систем [103, с. 212]. У рамках дослідження, аттракторами є будь-який інститут, окрема особа, подія чи процес, які впливають на наповнення інформаційно-комунікаційного простору території та сприйняття її в тому чи іншому контексті.

«Безмежний» доступ до інформації та розширення можливостей інформаційно-комунікаційних технологій відіграють позитивну роль, забезпечуючи доступ до великої кількості знань. Однак, така «безмежність»

порушує баланс та дозволяє конкуруючим державам прямо чи опосередковано впливати одна на одну через наповнення чужої системи власними смислами, підмінюючи дійсність та створюючи симулякри. Це сприяє створенню хаосу, умов для можливої руйнації системи або втрати контролю над нею.

Як зазначає російський дослідник В. Пророк, «для нелінійних динамічних систем типова властивість детермінованого хаосу. Системи демонструють кілька характеристик: вихід не пропорційний входу; ціле не є сумою його частин і не можна його встановити з окремих частин; не зрозуміло, що є причиною, а що наслідком. Системи, які характерні детермінованим хаосом, частіше за все складні (комплексні), тобто одночасно містять кілька цілей, до яких вони переміщуються, або містять більше цілей, які виключають одна одну, і, врешті-решт, містять кілька структур, які не можуть бути висловлені однією мовою. Їх поведінка може мати різну якість, протягом певного періоду вона може бути незмінною, може змінюватися періодично або квазіперіодично, і останній варіант - хаотичний рух. Хаотична поведінка характеризується станом, коли навіть надзвичайно маленький імпульс зможе викликати великі зміни в поведінці, і навіть невелика зміна початкових умов призводить з часом до зовсім інших результатів» [125].

Політична територія, як цілісна система, постійно знаходиться під впливом багатьох прогнозованих (аттракторів) та непрогнозованих (дивних аттракторів) факторів. З розвитком інформаційно-комунікаційних технологій, розмиванням кордонів, збільшенням входів-виходів в/із системи та кількості акторів стрімко збільшили частоту та кількість непередбачуваних подій. Така непередбачуваність передбачає зміни у принципах захисту інтересів території («держави-нації»), які закріплюються у конкретній політиці. Під політикою захисту національних інтересів слід розуміти сукупність закріплених на державному рівні норм та правил управління системою захисту національних інтересів, а також механізмів зниження ризиків, які впливають на цілісність, дієздатність політичної системи створювати та підтримувати керовані внутрішні і зовнішні процеси, досягати стратегічних цілей [194, с. 14].

У контексті непередбачуваності, складної прогнозованості подій та реакцій на виклики, інтерес представляє теорія «чорних лебедів» та «антикрихкості» американського дослідника Н. Талеба. Згідно з його дослідженням, нелінійність процесів, які відбуваються у суспільстві, породжують велику кількість непередбачуваних та нерегулярних подій великого масштабу, що сприяють тяжким наслідкам [146, с. 24]. Цей феномен Н. Талеб називає «чорні лебеді». Їх особливістю є неможливість відслідковування та прогнозування всіх подій, які мають глобальний вплив на стан і розвиток системи. Головний аспект проблеми полягає у тому, що вірогідність рідкісних подій просто неможливо спрогнозувати [146, с. 24]. Н. Талеб пропонує не занурюватись у процес пошуку механізмів вияву цих феноменів. На його думку, системи повинні сприймати «чорних лебедів» як даність та в оперативному порядку підлаштовуватися під умови, які вони створюють.

Таку якість систем Н. Талеб називає «антикрихкість». Під цим терміном він розуміє «якість усіх природних (у т.ч. складних) систем» [146, с. 22], які підлаштовуються під вплив непередбачуваних подій та можуть, на відміну від гнучкості, змінювати свій стан у кращий бік [146, с. 20]. Причому, він зауважує на тому, що при визначенні «крихкості» системи можна знайти свої слабкі місця. Тому «антикрихкість» це контроль за «слабкими місцями» та їх трансформація у сильні сторони, які будуть відповідати сучасним викликам. І неважливо, прогнозовані вони чи ні.

Такий підхід є дискусійним та викликає багато критики. Але він характеризує сучасний стан систем на базі досліджень, проведених Н. Талебом у фінансовому секторі, які теоретично можна екстраполювати у політичну науку. У контексті дослідження інформаційної політики теорію Н. Талеба можна використовувати, як одну із адаптивних функцій інформаційно-комунікаційного напрямку захисту національних інтересів територій. Вона на концептуальному рівні закладає базові характеристики сприйняття, реагування та підлаштування під непередбачувані інформаційно-

комунікаційні загрози, які не були враховані під час розробки політики.

Ідеї Талеба доцільно розширювати та використати у подальшій розробці теорії створення штучних «чорних лебедів», які «запускаються» приховано іншими системами. У своїх напрацюваннях він робить акцент на певних природних явищах або явищах, які ініційовані людиною, що спричинили певні глобальні впливи випадково. Однак, інтерес викликають події та процеси у рамках т.з. «гібридних впливів».

Під гібридними впливами слід розуміти, за визначенням українського дослідника Є. Магди, «сукупність заздалегідь підготовлених й оперативно реалізованих дій військового, дипломатичного, економічного, інформаційного характеру, спрямованих на досягнення стратегічних цілей. Її (гібридної війни) головна мета – підпорядкування інтересів однієї держави іншій в умовах формального збереження політичного устрою країни-жертви» [73, с. 28]. Особливістю таких процесів є саме створення непередбачуваності та складної прогнозованості у взаємодії між різними системами.

Основною загрозою для будь-якої системи є: втрата контролю над внутрішніми процесами та несанкціонований вплив на структурні елементи з метою нанесення шкоди, створення збоїв у її функціонуванні, взяття під зовнішнє управління або руйнації [16, с. 23]. Відзначається, що зростання ентропійних процесів (авт. – відхилення від запланованих дій у системі) у політико-інституційному і оточуючому середовищі має місце, поміж іншого, через дисфункцію в оцінці і відборі інформації в політико-інституційних структурах з прийняття політичних рішень. Постає триєдине завдання в інформаційній політиці держави: по-перше, забезпечити середовище, політичні інститути з їх суб'єктивною складовою всією повнотою інформації для прийняття вивірених політичних рішень; по-друге, забезпечити надійний захист, згідно з чинними правовими нормами інформації з обмеженим доступом і, по-третє, убезпечити середовище та політико-інституційну підсистему від цілеспрямовано-спотвореної інформації, що загострює міжетнічні, міжконфесійні відносини, сприяє поширенню соціальних

аномалій, деморалізує правоохоронні і безпекові інститути [56, с. 15-16].

Ускладнення сучасного політичного життя вимагає зміцнення захисту та просування інтересів не лише у «реальних секторах» (економіка, оборона тощо), а й у смисловому та символічному просторах. Аналіз подій 2013-2016 років (у першу чергу інформаційно-комунікаційний вплив Російської Федерації на «пострадянський простір» та «Західний Світ»), змін парадигми сприйняття інформаційної складової політики захисту національних інтересів (наприклад, у Російській Федерації, США, Великобританії, ЄС, НАТО, Україні тощо) засвідчили закріплення її на більш високому рівні та як одного із стратегічних пріоритетів спільно з обороною, національною безпекою, економікою тощо.

Під інформаційним напрямом політики захисту національних інтересів держави автор розуміє сукупність закріплених на державному рівні норм та правил управління системою захисту національних інтересів через комплекс заходів, спрямованих на прогнозування, виявлення, нейтралізацію зовнішніх та внутрішніх загроз і впливів на елементи інформаційної інфраструктури [106, с. 117], смислового та образного простору, де просуваються національні інтереси.

Якщо розглядати інформаційну політику захисту національних інтересів територій у контексті нелінійних суспільно-політичних процесів, можна побачити, що вона постійно знаходиться у нестійкому та агресивному середовищі. Це пов'язано з тим, що доступ до внутрішніх процесів, обміну інформацією із зовнішніми джерелами є майже необмеженим. Сучасні інформаційно-комунікаційні технології, як на технічному рівні, так і смисловому, дозволять безперешкодно працювати зі структурними елементами тієї чи іншої системи. Їх стабільність залежить від сили зв'язків між елементами, спільного розуміння теперішнього та майбутнього, гнучкої реакції на зовнішні виклики та впливи.

У залежності від амбіцій та стратегічних завдань системи працюють на збереження внутрішньої стабільності та передбачуваності. У зовнішньому

середовищі у разі конкурентної боротьби на знищення або захоплення інформаційно-комунікаційних систем конкурентів, створення умов для нав'язування власних смислів та впливу на порядок денний з подальшим взяттям їх під контроль, руйнування системної цілісності «жертви» та збільшення кількості негативних точок біфуркацій (каскаду біфуркацій). Основним симптомом біфуркаційного періоду служить збільшення частки політичної девіантної поведінки, коли індивіди цілком свідомо йдуть на порушення сталих норм політичного порядку, перестають орієнтуватися на загальноприйняті норми політичної поведінки. З іншого боку, збільшуються процеси делегітимації влади, коли розмиваються базові основи політичного порядку. У цьому контексті відбуваються суспільно-політичні процеси через механізми динамічного хаосу [145, с. 103].

За наявності концентрованих колективних зусиль суспільства, що намагається подолати світоглядну кризу (кризу інтересів), виробництво символів та смислів, які описують та закріплюють інтереси, повинні обов'язково відбуватися. Якщо одні символи та смисли стають слабкими, може відбуватися їх елімінація з боку інших (авт. – створення умов для втрати попиту), які виявляються більш привабливими, значними, престижними для людей, а головне – зрозумілими. У результаті діючі символічні та смислові комплекси зазнають ерозії та втрачають реальну здатність до супротиву [138, с. 132].

У разі збігання інтересів територій, між ними відбувається синергетичний ефект, зав'язуються міцні вузли зв'язків та взаєморозуміння. Стан нестабільності, який був при відсутності розуміння інтересів як в середині системи, так і за її межами, під впливом позитивної комунікації створює умови для самоорганізації, її виходу на новий рівень впорядкування та створення сприятливих умов розвитку. Як зазначає українська дослідниця Ю.Комарова, «універсальну матрицю системної самоорганізації політичного життя задає процес структурної самоорганізації політичної системи суспільства. Сутність структурної самоорганізації політичної системи (як і

низки інших відкритих нелінійних систем) полягає не стільки у створенні якихось нових структурних елементів системи, скільки у самозбереженні системної якості політичного цілого, що досягається через постійні порушення – відновлення рівноваги, зміни напрямків еволюції системи, чергування режимів прискорення процесів та їх уповільнення, процесів диференціації та гомогенізації структури системи. Нелінійне внутрішнє середовище політичної системи суспільства є носієм різних форм майбутньої організації політичного життя» [62, с. 103].

Враховуючи парадигмальні зміни функціонування політичних систем в умовах нелінійності, втрату монополії влади на управління територіями, кризу системи управління, науковці і практики шукають альтернативні моделі, що будуть відповідати сучасним викликам. У рамках цієї тези, інтерес викликає концепція попереджувального управління американського політолога Л. Фуерта. Він також підтверджує той факт, що політичні системи знаходяться у постійній динаміці та швидкоплинному агресивному середовищі. Причому така динаміка має шалену швидкість, а агресія - високу частоту вияву, що спричиняють системні збої у функціонуванні держави під час вироблення та реалізації політики.

Л. Фуерт зазначає, що для того, щоб впоратися з пришвидшенням, необхідно впроваджувати нові підходи до організації управління, які є більш чутливими до слабких сигналів, що в майбутньому впливатимуть на вироблення політики, і які дозволяють реагувати на них більш гнучко та швидко. Він визначає, що сучасна політика є дуже складним явищем, яке функціонує нелінійно. Проблеми, з якими стикається будь-яка територія, не можуть бути розбиті на окремі проблеми, а потім послідовно адмініструватися та вирішуватися. Їх складність є результатом одночасної взаємодії між кількома структурними елементами та кількома подіями. Такі проблеми не можуть бути остаточно вирішені, оскільки вони постійно мутують [226, р. 33-34].

Вирішення проблем функціонування політичної системи Л. Фуерт

бачить у створенні мереж та делегування повноважень від центру до периферії. Зазначається, що сучасні системи управління були розроблені на базі концепцій XIX та XX ст. і розумінні подій, як лінійних процесів, а не інтерактивних та складних. Ця форма організації значно ускладнює здібність урядів вирішувати складні завдання. Повноваження у діючих системах потребують детального нагляду «зверху» та складної бюрократичної системи. Інформація про реальні події артикулюється в межах однієї системи (від периферії до центру та у зворотному напрямку) надто складно. Це призводить до системних збоїв під тиском непередбачуваних потрясінь, які набувають форми краху функції управління системою. Зараз проблеми пов'язані між собою, тому вони характеризуються складною взаємодією, а управління з їх вирішення повинне бути інтегрованим та злагодженим. Міжвідомча система не підходить для управління складними процесами, які пов'язані з складною взаємодією між раніше ізольованими сферами політики (наприклад, екологічною, інформаційною, економічною та оборонною політикою). Для управління такими процесами у непередбачуваних умовах необхідна більш чутлива та безперервна форма інтеграції між політикою та управлінням [226, р. 37-38].

Найбільш прийнятною формою управління, на думку Л. Фуерта, є мережа. Як зазначає науковець, «мережа розширює мандат нижчих структур на відносно автономну дію, усуває «вузькі місця», що приховуються на середніх ланках управління й радикально покращують обмін важливою інформацією. Периферії дозволяється діяти у рамках своїх компетенцій максимально широко, але в межах сформульованих стратегічних цілей. Такі мережеві процеси потрібні для збору та оцінки інформації, а також для аналізу та реалізації політики» [226, р. 38-39].

Л. Фуерт пропонує розробити систему «рецепторів», які будуть достатньо швидко реагувати на незначні зміни, потенційні дії відносно системи або внутрішніх трансформацій, які периферія відчуває достатньо потужно та може без викривлення доносити їх до центру прийняття

стратегічних рішень. Крім того, такі мережі дозволяють надзвичайно ефективно проводити інформаційно-комунікаційний обмін між структурними елементами на різних рівнях. Особливий інтерес в умовах «розмивання» меж та збільшення кількості входів/виходів системи представляє налагодження комунікації через периферійні центри однієї системи з периферіями інших, які знаходяться на одну рівні та мають вплив на центри прийняття рішень.

У контексті «мережевого управління» та вироблення системи захисту національних інтересів доцільно розглянути нейромережеву модель політичного процесу українського дослідника М. Польового. Вчений зазначає, що «ця модель «складається з шарів штучних нейронів («елементів нейромережі», далі – ЕНМ). Кожен ЕНМ представляє в моделі одного актора політичної системи. У цьому варіанті моделі передбачається врахувати всі види ЕНМ. У вигляді життєвого аналога ЕМН повинні виступати як певна політична організація, так і окремий індивід. В ідеальному варіанті усі ЕНМ у моделі повинні представляти лише індивідів, оскільки будь-який політичний інститут так чи інакше є виявом діяльності окремих людей. Усі ЕНМ у моделі рівнозначні і характеризуються однаковими функціями отримання, перетворення і агрегації вхідної інформації, але деякі з них включені в різні шари нейромережі. Важливою особливістю моделі є те, що в ній немає жодного ЕНМ, який входив би тільки до одного блоку (автором додано – кожен блок моделі включає декілька нейромережевих шарів) [105, с. 202]. Таким чином, необхідно констатувати, що для політичного процесу характерна ситуація, при якій можливе формування на основі приблизно однакового громадського аксіологічного «фону» таких політичних уявлень та дій, які суттєво різняться в досить дрібних деталях. У той же час схожість одних лише ідейно-політичних установок зовсім не гарантує схожості політичної стратегії і тактики у рамках різних політичних систем» [105, с. 209].

Незважаючи на значний вплив нелінійних процесів, складність прогнозування певних подій та їх наслідків, відбувається пошук оптимальних

моделей прийняття управлінських рішень, у т.ч. в інформаційно-комунікаційній сфері. Моделювання сприйняття інтересів держави, закладення засад майбутньої політики та подальше втілення у реальність можливе завдяки соціальному інжинірингу. Згідно з баченням українського дослідника Г. Почепцова, соціальний інжиніринг можна розглядати як «набір соціо- і психотехнологій, створених для управління великими масами людей» [118, с. 5], які напряду впливають на формування та реалізацію політики території, взаємовідносини у внутрішньому та зовнішньому політичному середовищі.

Соціальна інжинірія, як сфера науково-практичної діяльності, набуває все більш широкого поширення. Інтерес до соціоінжинерної проблематики зумовлений насамперед необхідністю наукового забезпечення та осмислення радикальних змін, які відбуваються в суспільстві, потребами широкого кола керівників, підприємців, фахівців-практиків у прийнятті науково обґрунтованих управлінських рішень [128, с. 87] та вироблення політики.

Соціоінжинірний напрям зародився і отримав найбільш широкого розвитку у США. У післявоєнний період мотиви соціальної інжинірії стали широко застосовуватися в авіаційній та оборонній промисловості Америки, а також у прикладних наукових галузях: індустріальній соціології, військовій соціології, дослідженнях пропаганди і комунікацій, груповій динаміці. На становлення соціальної інжинірії певний вплив мали психологія, а також прикладна антропологія, яка має справу з описом змін у сфері людських відносин і розробкою принципів організаційної культури [22].

Серед засновників соціального інжинірингу виділяють К. Поппера та О. Хелмера. Особливий внесок у розвиток цього напрямку внесли Г. Лассвел, А. Подгорецький, С. Алінські, Д. Шарп, Е. Луттвак, А. Фурсов [цит. за: 116, с. 13, 16-18], Г. Почепцов [118], які у своїх роботах з різних напрямків суспільної науки ґрунтовно використовували принципи соціального інжинірингу як в теоретичному, так і практичному напрямках.

Соціальний інжиніринг – це формування соціальних та політичних

інститутів. Він виконує такі завдання:

1. Формує і підтримує нові об'єкти (формування та артикуляція національних інтересів у політико-інформаційному, смислового та образному просторах).

2. Блокує підтримку старих об'єктів (заміщення та адаптація існуючих національних інтересів з урахуванням змін у внутрішньому та зовнішньому середовищі) [17, с. 9].

Соціальний інжиніринг спрямований на створення нової символічної карти навколишнього світу. В результаті ми отримуємо нові ідентичності, нові межі норм поведінки, нові об'єкти для поклоніння і навіть нових ворогів. Для того, щоб процес соціального інжинірингу був вдалим, нова система, яка вибудовується, повинна мати підтримку в масовій свідомості. Для цього масова свідомість має засвоїти на емоційному рівні, з одного боку, та відчуті на рівні раціональному, з іншого боку, потребу в заміні на нову тієї системи, в якій живе людина [116, с. 18].

Якщо дивитися на інформаційний вимір захисту національних інтересів з погляду соціального інжинірингу, то саме він може стати базисом для формування системи їх керованого сприйняття, впливати на рівень довіри та підтримки національних інтересів держави з боку не тільки власних громадян, але й з боку зовнішніх аудиторій, які для території є вкрай важливими. Завдяки ґрунтовному осмисленню інтересів, території мають усі шанси отримати нові можливості та ресурси.

Соціальний інжиніринг орієнтується на досягнення стратегічних цілей в інформаційному і віртуальному просторі. Він спирається на когнітивний простір, на ментальні уявлення масової та індивідуальної свідомості [128, с. 30]. Створення будь-якого інформаційного продукту (образ, бренд тощо) - це процес його віртуалізації реального (якщо такий є) та вбудовування його у різного роду простори, такі як: політичний, економічний, культурний, освітянський, інформаційний тощо.

Якщо інформаційний напрям політики захисту національних інтересів

розглядати як систему узгоджених дій, то соціальний інжиніринг дає змогу створити прогнозованість їх подальшого розвитку та просування. Розширюються обсяги передбачуваного простору, який дозволяє бачити, планувати, керувати майбутнім. Прогнозованість (авт. – перш за все внутрішня) веде до стабільності розвитку, коли «завтра» буде таким же зрозумілим, як і «вчора» [116, с. 226].

Соціальний інжиніринг можна використовувати для створення та корекції цінностей як базову характеристику національних інтересів, стимулювання необхідної мотивації та поведінки людини (групи). Працюючи з індивідуальними або груповими цінностями, можна виявити принципи, за якими людина або група існують у суспільстві. Знаючи ці принципи, можна корегувати або вводити нові цінності, які повинні мотивувати до дій. Якщо поведінка незначної, але впливової частини буде поступово змінюватися, то вона почне формувати громадську думку, яка сприятиме просуванню та закріпленню національних інтересів на системному рівні. Крім того, соціальний інжиніринг надає можливості моделювати майбутнє держави з урахуванням різних факторів та ризиків, що впливатиме на реалізацію її політик у різних сферах, зокрема у політичній [13, с. 106].

Висновки до розділу 1

Важливими параметрами, які відрізняють «політичну територію» від «політичного простору», є те, що «політична територія» існує в межах фізичного простору, який можна закрити, наприклад, блокуванням кордонів, знищенням інфраструктури, введенням певних санкцій тощо. «Політичний простір», навпаки, поширюється поза межами та без прив'язки до географічних територій, хоча він сам є результатом діяльності певної політичної території (держави-нації).

Аналіз сучасних практик державної політики у сфері інформаційно-комунікаційного просування та захисту національних інтересів свідчить про те, що на етапі планування не враховуються інтереси цільових аудиторій. Це

призводить до дисбалансу у сприйнятті та включення до «переліку» власних інтересів держави. Політичні території, які мають усталені режими, мають більш вигідні конкурентні позиції. По-перше, вони мають чітку структуру суспільства з усталеними нормами та правилами існування системи. По-друге, у таких суспільствах є усталені центри прийняття рішень, які керують процесами та створюють певну узгодженість дій. По-третє, мають значний адміністративний ресурс, щоб утримувати увагу суспільства на певному порядку денному. Можна зробити висновок, що чим стабільніша система, тим легше їй продукувати та поширювати власні інтереси, забезпечувати їх просування через реалізацію інформаційної політики.

Слід зауважити, що не кожна держава може бути державою-нацією. Основна відмінність полягає у цілісному поєднанні політичної території і політичного простору, а також у ступені керованості ними.

Важливим аспектом, який впливає на якість інформаційного напрямку захисту національних інтересів держав, є збалансоване співвідношення показників образного та смислового просторів з простором фізичним. Якщо територія демонструє дисбаланс показників у межах трьох просторів інформаційна політика не матиме стратегічної цінності. Існує великий ризик підміни об'єктивної реальності на реальність віртуальну, що призведе до стратегічних втрат та соціальному вибуху. Як наслідок – руйнування цілісності системи, у нашому випадку мова йдеться про цілісність «держави-нації».

РОЗДІЛ 2

МОДЕЛІ ПОЛІТИКИ ЗАХИСТУ НАЦІОНАЛЬНИХ ІНТЕРЕСІВ ДЕРЖАВ СВІТУ: ІНФОРМАЦІЙНИЙ НАПРЯМ

Для розуміння процесів, які відбуваються у глобальному інформаційному просторі та їх впливу на політику захисту національних інтересів, у т.ч. України, необхідно розглянути політико-правові засади формування та реалізації інформаційного напрямку політики захисту національних інтересів країн та їх об'єднань, що прямо чи опосередковано впливають на нашу країну. Для аналізу були використані нормативно-правові документи, які визначають стратегічні напрямки їх зовнішньої політики, регламентують діяльність політичних акторів в інформаційному просторі та їх основні функції у просуванні та захисті національних інтересів.

Серед пріоритетних документів розглянуті закони, стратегії, доктрини, програми та інші нормативні документи з питань забезпечення національної та інформаційної безпеки, інформаційної діяльності державних органів влади, розвитку інформаційного суспільства тощо.

Враховуючи різність політико-правових систем світу, автор зосередився на виявленні основних принципів інформаційної політики, які впливають на формування знання про держави-нації та їх об'єднання, захист та просування інтересів в інформаційному просторі. Індикаторами аналізу та порівняння є стратегічні цілі, завдання та пріоритети реалізації інформаційної політики захисту власних інтересів.

У дослідженні розглянуті політико-правові засади інформаційної політики політичних територій глобального рівня (США, Великобританія, Європейський Союз, НАТО, Російська Федерація). Вибір цих держав обумовлений безпосереднім впливом на політичні процеси України, а також можливістю використання їх досвіду з вироблення інформаційної політики, впровадження її у політичні практики нашої держави.

2.1. Політико-правові засади захисту національних інтересів США, Великобританії та Російської Федерації в інформаційній сфері

Сполучені Штати Америки є однією з провідних політичних територій світу, яка активно використовує різноманітні інформаційно-комунікаційні технології для досягнення власних цілей та просування інтересів. Враховуючи високий рівень розвитку інформаційного суспільства на території США, перед ними стоїть завдання з максимального розповсюдження необхідних смислів, закріплення міцних позиції, як в середині своєї, так і дружніх до неї політичних територій. Розвиток інформаційної політики США має багаторічну історію. Активне використання інформаційних технологій для досягнення політичних цілей уряд застосовує, починаючи з 60-70-х років ХХ століття. Базові засади інформаційного напрямку захисту національних інтересів Сполучених Штатів Америки закріплені у «Стратегії національної безпеки» (National Security Strategy) [230], Національній структурі стратегічних комунікацій (National framework for strategic communication) [229] та доповнення до цього документа від 2012 року (Update to congress on national framework for strategic Communication) [260].

«Стратегія національної безпеки» («National Security Strategy») була розроблена Урядом та прийнята Конгресом США у 2010 р. [231]. Основною метою цього документа є визначення стратегічних напрямків національної безпеки, досягнення політичних цілей та захисту інтересів США. Враховуючи те, що США позиціонують себе, як територія – світовий лідер, роль налагодження та підтримки комунікацій із споживачами «американського продукту» є стратегічною. Згідно з документом стратегічні комунікації важливі для підтримки глобальної законності та легітимності діяльності США, а також для досягнення політичних цілей. На найближчий час сплановане чітке завдання з «вирівнювання» декларованих напрямів політики та реальних справ, які розробляються урядом та іншими державними органами, створення «культури комунікацій» на всіх рівнях. Акцент робиться на необхідності бути більш ефективними під час реалізації комунікаційних

кампаній та операцій. Уряд зосереджений на більш детальній роботі із цільовими аудиторіями, з якими необхідно налагодити комунікацію. Особливу роль у налагодженні комунікації, захисту та просування національних інтересів згідно з Стратегією національної безпеки повинні відігравати громадяни США та приватний сектор. Досягнення поставлених цілей у налагодженні стратегічних комунікацій дозволить не допустити можливі втрати у політичному просторі, зміцнить репутацію та підвищить рівень лояльності до США через розуміння і сприйняття їх інтересів [230].

Основні принципи, механізми та критерії оцінки інформаційної політики США закріплені в Національній структурі стратегічних комунікацій (National framework for strategic communication) [229]. Основною метою цього документа є визначення спільного бачення щодо ролі та місця стратегічних комунікацій, окреслення категорійного апарату та розподілу компетенцій в інформаційному просторі державних органів влади та інших структур, які відповідальні за просування інтересів США, як на глобальному, так і на національному рівнях. Стратегічні комунікації покликані налагодити ефективний взаємозв'язок, взаємодію з цільовими аудиторіями, забезпечити формування та розповсюдження об'єктивного знання про політику США, її цінностей, завоюванню глобального легітимного визнання та захисту національних інтересів. Серед нагальних потреб національної інформаційної політики є зменшення до мінімуму комунікаційного дисонансу (відповідність реальних дій до смислів, які транслуються), налагодження ефективних комунікацій з цільовими аудиторіями, які представляють різні соціальні прошарки суспільства (виявлення інформаційних потреб та адаптація інформації під нагальні потреби тих, з ким налагоджується комунікація) та координація міжвідомчих дій у інформаційному просторі (узгодженість дій при поширенні знань про США, оперативне реагування на інформаційні виклики, узгодженість дій при виробленні та змінах в інформаційній політиці).

Серед пріоритетів стратегічних комунікацій виділяють забезпечення

досягнення політичних, економічних та безпекових цілей, що закріплені в Стратегії національної безпеки США. На думку розробників Національної структури стратегічних комунікацій, досягнення цих цілей буде можливим лише через підтримку дій Уряду США з боку цільових аудиторій при розумінні ними усього спектру інтересів країни. Комунікаційна діяльність повинна забезпечити визнання цільовими аудиторіями сфер, що представляють спільний інтерес, вони (авт. – цільові аудиторії) вважають, що Сполучені Штати Америки відіграють важливу роль у глобальному світі та бачать їх важливим партнером у вирішенні складних глобальних проблем. У роботі з цільовими аудиторіями особлива увага приділяється спілкуванню та взаємодії заснованих на взаємній повазі та взаємній зацікавленості. Сполучені Штати повинні чітко та зрозуміло формулювати позитивне бачення дій уряду та всього, що робить країна. Важливою умовою ефективності стратегічних комунікацій є зосередження не на односторонньому інформуванні, а на забезпеченні та підтримці «залученості» цільових аудиторій до комунікаційного процесу, формування та поширення об'єктивного знання про США.

Серед основних інформаційно-комунікативних інструментів, якими користуються США, є діяльність органів влади та загальнонаціональних структур (public affairs), громадська дипломатія (public diplomacy), військові інформаційні операції (military information operations) та оборонне забезпечення публічної дипломатії (defense support to public diplomacy). Крім того, особлива увага приділяється державно-приватному партнерству (ДПП). Відповідно до Національної структури стратегічних комунікацій до реалізації інформаційної політики США мають бути залучені бізнесові структури та інститути громадянського суспільства. Використання вищезазначених інструментів повинні забезпечити ефективне планування, розвиток та виконання запланованих програм та проектів з поширення об'єктивного знання про США, формування довіри та капіталу лояльності.

У 2012 р. були внесені доповнення до Національної структури

стратегічних комунікацій [260], в яких було визначено, що події двох років (з 2010 по 2012 рр.) тільки підтвердили важливість громадської дипломатії та стратегічних комунікацій у просуванні інтересів США. Стрімкий розвиток глобальних процесів створює новий ландшафт, де можливості Сполучених Штатів можуть розширитися завдяки розвитку нових медіа платформ (соціальні мережі, сервіси для розміщення відео, аудіо та інших матеріалів). Крім того, у доповненні вказано, що принципи формування та реалізація стратегічних комунікацій, окрім технічних, інтелектуальних та ресурсних можливостей Уряду, повинні більш активно використовувати та розвивати нові креативні підходи із залученням приватного сектору та громадянського суспільства.

У заключній частині Доповнень зазначено, що у XXI столітті США повинні стати більш майстерними у спілкуванні з цільовими аудиторіями та мати вплив на глобальні події. Вони повинні налагодити партнерські відносини, мобілізувати широкі коаліції та стимулювати громадську думку на користь США в усіх секторах суспільства [260], формуючи капітал лояльності та стійкий емоційний зв'язок із державою.

У лютому 2015 р. у США було прийняту нову Стратегію національної безпеки. Згідно з документом, Сполучені Штати Америки продовжують позиціонувати себе як одну із провідних країн світу, яка стоїть на захисті демократії. У новій редакції Стратегії зазначається, що держава і світ зіткнулися з новими викликами, які раніше їм не були притаманні. Серед таких загроз були видалені негативний вплив пропаганди, яка вводить в оману та намагається вплинути на цінності, підірвати демократичний світ [230, с. 19], а як наслідок – перешкоджати забезпеченню, захисту і просуванню національних інтересів. Однак, питанням інформаційно-комунікаційного впливу на імідж та безпеку країни не приділено значної уваги [223]. В умовах використання терористичними угрупованнями та Російською Федерацією інформаційно-комунікаційних технологій для підриву національних інтересів, невизначеність у публічних документах важливості інформаційно-

комунікаційної діяльності викликає певне здивування.

У військовій стратегії США, яка була прийнята у червні 2015 р., серед загроз зазначені «гібридні конфлікти», які сприяють збільшенню двозначності у трактуванні інтересів США, ускладнюють прийняття політичних рішень та сповільнюють координацію ефективних дій [252, с. 4]. Широке трактування «гібридних конфліктів» потенційно можна віднести й до інформаційно-комунікаційних впливів.

Згідно з Стратегією національної безпеки Великобританії (*A Strong Britain in an Age of Uncertainty: The National Security Strategy*) [183] її національними інтересами є захист держави, забезпечення прав та свобод своїх громадян, традицій, способу життя та економічне процвітання [183, с. 9]. Позиціонуючи себе як центр світової активності, Уряд Великобританії приділяє особливу увагу налагодженню та підтримці комунікацій не лише зі своїми співгромадянами, а й з усіма, хто прямо чи опосередковано впливає на досягнення нею своїх національних інтересів. У п.п. 2.4-2.9. Стратегії національної безпеки можна побачити, що особлива увага приділяється забезпеченню комунікації країни зі своїми цільовими аудиторіями та ефективній реакції на сучасні інформаційні виклики. Так у п. 2.8. зазначено, що оскільки світ стає все більш взаємозалежним завдяки торгівлі, новим ринкам, спільним інтересам, технологіям та кіберпростору, значення цих зв'язків для Великобританії і для їх союзників зростає [183, с.21-22].

З метою забезпечення ефективної взаємодії з цільовими аудиторіями Урядом Великобританії було розроблено комунікаційний план на 2013-2014 роки (*UK Government Communications Plan 2013/14*) [259]. Цей документ забезпечує чітке розуміння того, яким чином завдяки комунікаційній діяльності можна досягти поставлених політичних, економічних, військових та соціальних цілей. Крім того, цей План є дорожньою картою та довідником, який визначає загальні компетенції та стратегічні напрямки діяльності всіх державних структур у налагодженні комунікацій з цільовими аудиторіями. На думку розробників документа, ефективна комунікація має важливе значення

для успішної реалізації державної політики та послуг, які надаються державою. Вона відіграє важливу роль у наданні допомоги та діяльності задля досягнення суспільної користі [259, с. 10].

Пріоритетами стратегічних комунікацій Уряду Великобританії є:

- надання інформації про економічну стратегію уряду, яка покликана забезпечити додатковий експорт та зростання туризму у Великобританії;
- впровадження комунікаційних ініціатив, які покращать здатність людей домогтися успіху і процвітання;
- підтримка урядових програм щодо покращення надання державних послуг.

Окрім вищезазначених пріоритетів, Уряд Британії визначає шість завдань, реалізація яких допоможе досягти стратегічних цілей та забезпечити національні інтереси:

1. Виконання вимог закону про надання громадськості інформації про роботу уряду, наприклад, публічних консультацій або повідомлень про внесення змін до державних послуг.

2. Надання допомоги громадськості у розумінні програм уряду, в тому числі конкретних заходів і пріоритетів. Наприклад, Міністерство у справах громад і місцевого самоврядування (DCLG) надає інформацію і бере участь в обговоренні через засоби масової інформації, працює з відповідними зовнішніми організаціями.

3. Вплинути на ставлення та поведінку в інтересах осіб або широкої громадськості. Це особливо актуально стосовно питань громадської охорони здоров'я, безпеки та національної безпеки.

4. Забезпечити ефективне функціонування служб для громадян.

5. Інформувати і надавати підтримку громадськості в період кризи [259, с.10-11]. Державні службовці, відповідальні за комунікацію, забезпечують життєво важливий зв'язок між владою та громадськістю щодо поточної ситуації.

6. Зміцнювати репутацію Великобританії. Однією з основних крос-

державних кампаній у 2013/14 є комунікаційна діяльність з просування британської торгівлі, туризму та культури [259, с. 11].

Особлива увага приділяється професіоналізму та особистій відповідальності осіб, які налагоджують та підтримують урядові комунікації. Враховуючи важливу роль комунікаційної діяльності у забезпеченні національної безпеки, досягнення стратегічних політичних цілей та зміцнення репутації Британії, професійні комунікатори дотримуються вимог Кодексу Державної служби [200] та Інструкції дотримання етичних норм [236]. Крім того, акцентується увага на тому, що комунікаційні можливості держави не можуть використовуватися насамперед або виключно задля партійних цілей [259, с. 33], що свідчить про домінування національних інтересів над корпоративними.

З 2014 по 2017 рр. було реалізовано три Комунікаційні плани Уряду Великобританії. Згідно з планом на 2016-2017 рр. у контексті інформаційного напрямку захисту національних інтересів Великобританії серед пріоритетів є просування країни, як потужної та вільної економіки, одного із світових політичних лідерів, налагодження та підтримка довіри з цільовими аудиторіями, які задіяні в економічній сфері. У рамках забезпечення національної безпеки - захист національних інтересів через інформаційно-комунікаційні програми та проекти, які роз'яснюють політику Британії, як всередині та за її межами. Приділяється увага інформаційній підтримці дипломатії та оборони, протидії екстремізму та тероризму. У внутрішньому інформаційному просторі – зміцненню єдності громадян країни навколо реформ, підвищення рівня та якості життя [219, с. 7; 219, с. 18]. Починаючи з 2015 р., пріоритетом є протидія деструктивним інформаційним впливам на безпеку з боку Російської Федерації та ІДІЛ [218, с. 14].

Складна структура, різність національних інтересів та сфер впливу країн-членів Європейського союзу ставить перед органами управління проблему налагодження ефективної інформаційної політики. Починаючи з 2004 року, Європейська Комісія намагається виробити систему стратегічних

комунікацій, як в середині Союзу, так і за його межами. Саме з цього періоду комунікації офіційно виділені в окремий стратегічний напрямок [204].

У контексті дослідження науковий інтерес представляють Стратегія розвитку Європейського Союзу до 2020 р. (Europe 2020 Strategy) [214], План дій щодо покращення комунікацій Європейської Комісії (Action plan to improve communicating Europe by the Commission) [187] та Біла книга комунікаційної політики Європейської Комісії (White Paper on a European communication policy) [265], які визначають позиціонування ЄС, місця та ролі комунікаційної політики у досягненні політичних, економічних та гуманітарних цілей, формування високого рівня довіри, капіталу лояльності та емоційного зв'язку в глобальному фізичному та інформаційному просторі.

Згідно зі Стратегією розвитку Європейського Союзу до 2020 року він позиціонує себе як територію, яка створює всі умови для розвитку та підтримки більш конкурентоспроможної економіки з високим рівнем зайнятості населення, освіти, інновацій та ефективною системою управління. Європа визначила нові механізми для стимулювання зростання територій та створення робочих місць. Ці напрямки діяльності склалися з 7 ключових ініціатив. У кожній ініціативі, і ЄС, і національні органи влади повинні координувати свої зусилля, задля взаємодоповнення одне одного [214]. У центрі уваги Стратегії знаходиться територіальна згуртованість, яка повинна забезпечити підтримку та підготовку політичних рішень. Саме ця координація вимагає від учасників процесу налагодження ефективних комунікацій.

Враховуючи проблеми, що виникли із несприйняттям та нерозумінням населенням окремих держав (наприклад, ситуація з парафування Маастрихтського договору, 1992 р.) загальносоюзних цілей, інтересів, політики та програм, що реалізуються, Європейська Комісія починає активно розробляти нову філософію та механізми у сфері комунікацій. 20 липня 2005 року прийнято План дій щодо покращення комунікацій Європейської Комісії (Action plan to improve communicating Europe by the Commission) [187]. Слід зазначити, що цей документ не має офіційного статусу, а використовується, як

рекомендація.

План дій закладає концептуальну основу майбутньої Білої книги комунікацій ЄС. Комісія починає з прийняття конкретних заходів з модернізації та професіоналізації всього комунікаційного процесу. Нова стратегія комунікації вимагає участі всієї Комісії. Комісари повинні приділяти більше часу спілкуванню, наприклад, при подорожах у держави-члени, а кожен член персоналу повинен бути здатним проінформувати громадськість чи пресу про політику Європейської Комісії.

План дій зобов'язує всі структурні підрозділи Єврокомісії розробити свою політику в чітких, простих і точних термінах. Передбачено, що найбільш важливі пропозиції повинні супроводжуватися «резюме/коментарями», за необхідності, планом комунікації. Такі дії необхідні були для того, щоб допомогти громадськості легше знайти необхідні документи. Презентації діяльності Європейської комісії повинні бути єдиними, наприклад, за допомогою гасел і символів.

Основним документом, який регламентував інформаційну (за визначенням Єврокомісії – комунікаційну) політику була «Біла книга комунікаційної політики Європейської Комісії» (White Paper on a European communication policy) [265]. Основна мета документа – визначення базових принципів та механізмів налагодження комунікації з громадянами ЄС та національними урядами (далі буде використовуватись термін – комунікаційна політика Європейської комісії). Головним принципом цієї політики є відмова від одностороннього інформування про діяльність «офіційного» Брюсселя. У документі акценти зроблені на реалізацію права громадян ЄС на доступ до інформації та можливості їх участі у формуванні порядку денного політики Союзу через особисту участь або через уповноважених осіб та організації.

Основними принципами комунікаційної політики визнані: відкритість (можливість отримання будь-якої інформації у зручній та зрозумілій спосіб); різноманітність (структури ЄС повинні поважати думку представників різних культурних, національних, політичних традицій та поглядів) та участь

(громадяни ЄС повинні мати право висловити свою думку, бути почутими і мати можливість для спілкування з особами, які приймають рішення).

Основними функціями комунікаційної політики Європейської Комісії є вироблення необхідних смислів загальносоюзного значення, їх розповсюдження, ініціювання обговорення на національному рівні (у межах окремих держав-членів ЄС) та координація комунікаційного процесу [14, с. 242-243].

Події, які розгорнулися на теренах європейського континенту після 2014 р. (потужна антиєвропейська інформаційно-комунікаційна операція з боку РФ, її втручання у внутрішньополітичні процеси європейських країн, військова агресія проти України, збільшення кількості терактів, «міграційна криза», BREXIT), змусили Європейський Союз переглянути свої стратегічні пріоритети інформаційного напрямку захисту власних інтересів.

Як зазначає український дослідник інформаційної політики ЄС Є.Тихомирова, «у другій половині 2015 року у структурах Євросоюзу, країнах-членах, а також у провідних науково-дослідних та експертних центрах розпочалася безпосередня робота над створенням Глобальної стратегії зовнішньої політики і безпеки ЄС. У червні 2016 р. був представлений 32-сторінковий документ під назвою «Спільне бачення, спільні дії: сильніша Європа»» [150, с. 103].

Згідно з цією стратегією у контексті захисту інтересів Європейського Союзу стратегічні комунікації окреслено як один із елементів безпекової політики. У пріоритетах визначено підсилення власних стратегічних комунікацій, збільшення видатків і об'єднання зусиль з публічною дипломатією в різних галузях з метою розуміння іноземними країнами ЄС та її політики, покращення послідовності і швидкості обміну повідомленнями з подальшими діями, швидка реакція та спростування дезінформації [227, с. 9; 227 с. 23].

Збільшення негативного інформаційно-комунікаційного впливу на стабільність ЄС, його цінності та позитивне сприйняття цільовими

аудиторіями знайшли відображення у рішеннях Європейського парламенту, у резолюції якого від 23 листопада 2016 року зазначено, що ЄС все більше страждає від дестабілізуючих повідомлень з боку Російської Федерації та ІДІЛ. Це дорівнює - у різних формах і різною мірою - узгодженій ворожій кампанії «стратегічних комунікацій» або процесів введення комунікаційної діяльності з формування їхнього порядку денного або плану впливу на поведінку цільової аудиторії.

Серед пріоритетів протидії негативним інформаційно-комунікаційним впливам визначено їх моніторинг та оцінка на ранніх стадіях, збільшення рівня координованості між національними урядами та структурами ЄС, узгодженість дій щодо просування Європейського Союзу у зовнішньому та внутрішньому просторі, збільшення ресурсної підтримки «стратегічним комунікаціям», навчання сучасним технологіям відповідальних за комунікацію чиновників, налагодження співпраці з оборонними та військовими структурами країн і НАТО. Особлива увага приділяється виявленню та викриттю дезінформації [242, с. 9; 242, с. 23].

Інформаційну діяльність Єврокомісії, як основного оператора та комунікаційного хабу, закріплено в Плані дій на 2016-2020 рр. Комісії з комунікацій щодо роз'яснення політики ЄС [244, с. 3]. Основною метою діяльності Комісії з комунікацій є інформаційна координація всіх служб Єврокомісії та налагодження діалогу з цільовими аудиторіями як зовні, так і всередині ЄС [244, с. 10].

Базовим документом, який на сьогодні визначає інформаційно-комунікаційну діяльність Північно-атлантичного альянсу (НАТО), у т.ч. з формування та підтримки його позитивного сприйняття, місії, цілей та завдань, є «Політика стратегічних комунікацій НАТО» (2009 р.) [233].

У цьому документі визначено поняття: стратегічних комунікацій, публічної дипломатії, цивільних зв'язків із громадськістю, військових зв'язків із громадськістю, інформаційних та психологічних операцій. Окреслені головні принципи та цілі комунікаційної діяльності Альянсу, повноваження

керівних органів та особливості використання соціальних медіа. Зокрема, стратегічні комунікації розглядаються як скоординоване і доцільне використання комунікативних можливостей діяльності НАТО, а саме публічної дипломатії, цивільних зв'язків із громадськістю, військових зв'язків із громадськістю, інформаційних та психологічних операцій для підтримки політики організації, операцій і заходів для просування цілей Північноатлантичного альянсу.

Стратегічні комунікації спрямовані на:

- досягнення успішної реалізації операцій, місій та заходів НАТО шляхом включення стратегічного планування комунікацій в увесь спектр операційного та політичного планування;
- побудову у тісній та тривалій координації з країнами НАТО поінформованості громадськості, розуміння та підтримку конкретних політик, операцій та інших заходів НАТО у всіх відповідних аудиторіях;
- забезпечення поінформованості громадськості та розуміння НАТО у сфері публічної дипломатії [184].

Комунікаційна підтримка військових зв'язків з громадськістю відбувається через просування військових цілей і завдань НАТО для підвищення обізнаності та розуміння військових аспектів діяльності організації, що включає планування і залучення мас-медіа, внутрішні комунікації та суспільні відносини. При цьому інформаційні операції передбачають координацію військової комунікаційної діяльності для створення бажаного інформаційно-психологічного впливу на супротивників та підтримку операцій, місій і цілей НАТО [136, с. 312-313].

Не зважаючи на певне відставання у кінці ХХ століття від світових лідерів, таких, як США, Великобританія, у сфері розвитку інформаційного суспільства та економіки знань, з початку 2000-х років Російська Федерація починає активно розвиватися, працювати над формуванням власного та завоюванню вже існуючого регіонального та глобального інформаційного простору. Серед знакових політико-правових документів можна виділити:

Доктрину інформаційної безпеки Російської Федерації [35] (2000 р.), Стратегію розвитку інформаційного суспільства в Російській Федерації [142] (2008 р.), Стратегію національної безпеки Російської Федерації до 2020 року [141] (2009 р.). Саме ці документи заклали фундамент формуванню та реалізації інформаційного напрямку політики захисту національних інтересів Російської Федерації.

Згідно з Стратегією національної безпеки Російської Федерації [141] (далі РФ) основною метою діяльності держави було запобігання внутрішнім та зовнішнім загрозам національній безпеці, динамічного розвитку та перетворення РФ в одну з держав, що є лідером за рівнем технічного прогресу, якістю життя населення, впливу на світові процеси. У цьому документі РФ позиціонує себе як держава, яка має достатній потенціал, щоб стати одним із п'яти світових лідерів, що мають вплив на формування порядку денного глобальної політики, економіки та гуманітарної сфери. Враховуючи амбіції РФ у Стратегії, особлива увага приділялась інформаційній політиці. З одного боку, вона використовувалася, як елемент захисту, з іншого – як інструмент, як «відвойовування» місця для держави у вже сформованому глобальному інформаційному просторі. На думку розробників Стратегії, засобами забезпечення національної безпеки в одній площині із технічними засобами та технологіями були й лінгвістичні (авт. – під цим терміном можна вважати вироблення власних смислів, як основу для подальших меседжів, які наповняють технічну інфраструктуру передачі інформації), які використовуються в системі забезпечення національної безпеки для збору, формування, обробки, передачі або прийому інформації про стан національної безпеки та засобів з її укріплення [141].

Стратегія налаштовувала її виконавців на активну діяльність із захисту та укріплення національного інформаційного суверенітету. Особлива увага приділялось інформаційному супроводу захисту національних інтересів та просуванню держави у оборонній, науковій, культурній та гуманітарній сферах. Було заплановано активне використання інформаційних засобів (як

технічних, так і смислових) задля стратегічного стримування можливих військових загроз, як у фізичному, так і в інформаційному просторах. Особлива увага РФ приверталася до культурної, наукової та освітньої сфери. Діяльність держави була зосереджена на вихованні нових поколінь у найкращих російських традиціях, розвитку виробництва та прокату творів вітчизняного кінематографа, розвитку культурно-пізнавального туризму, формуванні державного замовлення на створення кінематографічної та друкованої продукції, телерадіопрограм та Інтернет ресурсів, а також використанні культурного потенціалу Росії в інтересах багатобічного міжнародного співробітництва [141].

Наступними документами, які визначали діяльність РФ в інформаційному просторі як території мегарівня, були Доктрина інформаційної безпеки РФ [35] та Стратегія розвитку інформаційного суспільства в Російській Федерації [142]. Доктрина розвиває та доповнює Концепцію національної безпеки РФ щодо діяльності держави в інформаційно-комунікаційній сфері.

Під інформаційною безпекою Російської Федерації розумівся стан захищеності її національних інтересів в інформаційній сфері, що визначаються сукупністю збалансованих інтересів особистості, суспільства і держави. Інтереси особистості в інформаційній сфері полягали в реалізації конституційних прав людини і громадянина на доступ до інформації, на використання інформації в інтересах здійснення не забороненої законом діяльності. Інтереси суспільства – у забезпеченні інтересів особистості у цій сфері, зміцненні демократії, створенні правової соціальної держави, досягненні і підтриманні суспільної злагоди, у духовному оновленні Росії [35]. Інтереси держави – у створенні умов для гармонійного розвитку російської інформаційної інфраструктури, для реалізації конституційних прав і свобод людини і громадянина у сфері отримання інформації і користування нею з метою забезпечення непорушності конституційного ладу, суверенітету і територіальної цілісності Росії, політичної, економічної та соціальної

стабільності, у безумовному забезпеченні законності і правопорядку, розвитку рівноправного і взаємовигідного міжнародного співробітництва [35].

З огляду на тему дослідження можна зазначити, що в Доктрині окремою складовою національних інтересів РФ в інформаційній сфері були інформаційне забезпечення державної політики, пов'язане з доведенням до російської та міжнародної громадськості достовірної інформації про державну політику РФ, її офіційної позиції з соціально значимих подій російського і міжнародного життя, із забезпеченням доступу громадян до відкритих державних інформаційних ресурсів.

З цією метою, розробники документа пропонують:

- зміцнювати державні засоби масової інформації, розширювати їх можливості щодо своєчасного доведення достовірної інформації до російських та іноземних громадян;
- інтенсифікувати формування відкритих державних інформаційних ресурсів.

Серед видів зовнішніх та внутрішніх загроз в інформаційному просторі, які можуть зашкодити захисту та просуванню національних інтересів РФ та її територій, у контексті дослідження виділялися:

- діяльність іноземних політичних, економічних, військових, розвідувальних та інформаційних структур, спрямована проти інтересів РФ в інформаційній сфері;
- прагнення ряду країн до домінування і утискання інтересів РФ у світовому інформаційному просторі, витіснення її з зовнішнього і внутрішнього інформаційних ринків;
- недостатня координація діяльності федеральних органів державної влади, органів державної влади суб'єктів РФ щодо формування та реалізації єдиної державної політики в галузі забезпечення інформаційної безпеки [35];
- нерозвиненість інститутів громадянського суспільства і недостатній державний контроль за розвитком інформаційного ринку Росії;

- зниження ефективності системи освіти і виховання, недостатня кількість кваліфікованих кадрів у галузі забезпечення інформаційної безпеки;
- недостатня активність федеральних органів державної влади, органів державної влади суб'єктів РФ в інформуванні суспільства про свою діяльність, у роз'ясненні прийнятих рішень, у формуванні відкритих державних ресурсів і розвитку системи доступу до них громадян;
- відставання від провідних країн світу за рівнем інформатизації федеральних органів державної влади, органів державної влади суб'єктів РФ та органів місцевого самоврядування [35].

Для вирішення проблем та протистояння можливим загрозам, які виникали в інформаційному просторі, підвищенню рівня довіри до РФ, укріпленню її репутації та захисту інтересів держави розробники Доктрини пропонують:

- підтримувати діяльність громадських об'єднань, спрямовану на об'єктивне інформування населення про соціально значущі явища суспільного життя, захист суспільства від спотвореної і недостовірної інформації;
- сприяти наданню фізичним і юридичним особам доступу до світових інформаційних ресурсів, глобальних інформаційних мереж;
- формулювати і реалізувати державну інформаційну політику держави;
- організувати розробку федеральної програми забезпечення інформаційної безпеки РФ, яка об'єднує зусилля державних і недержавних організацій у цій сфері;
- сприяти інтернаціоналізації глобальних інформаційних мереж і систем, а також входженню країни у світове інформаційне співтовариство на умовах рівноправного партнерства [35].

Якщо Доктрина інформаційної безпеки розглядала інформаційну політику більше з погляду інструменту захисту інформаційного суверенітету

та концептуальні засади захисту інтересів Російської Федерації у глобальному просторі, то Стратегія розвитку інформаційного суспільства більш зосереджена на формуванні нової філософії постіндустріального суспільства, де інформація, канали її розповсюдження, накопичування та аналізу виступає як ключовий фактор у досягненні політичних, економічних та гуманітарних цілей. Розробники Стратегії визначають, що перехід від індустріального до постіндустріального суспільства суттєво посилює роль інтелектуальних факторів виробництва. Міжнародний досвід показує, що високі технології, у тому числі інформаційні та телекомунікаційні, вже стали локомотивом соціально-економічного розвитку багатьох країн світу, а забезпечення гарантованого вільного доступу громадян до інформації - одним з найважливіших завдань держав [142]. Крім того, РФ ставить за мету входження її до клубу держав-лідерів глобального інформаційного суспільства. Цей факт безперечно вказує на те, що без ефективних комунікацій можливість просування національних інтересів, зміцнення репутації, бренду держави та її територій була б обмеженою.

Стратегія є основою для підготовки та уточнення доктринальних, концептуальних, програмних та інших документів, що визначають цілі і напрями діяльності органів державної влади. Принципи та механізми їх взаємодії з організаціями та громадянами у галузі розвитку інформаційного суспільства в РФ. Серед пріоритетних напрямів визначені соціально-економічний розвиток, підвищення ефективності державного управління, взаємодії органів державної влади та громадянського суспільства.

Метою формування і розвитку інформаційного суспільства в Російській Федерації є підвищення якості життя громадян, забезпечення конкурентоспроможності Росії, розвиток економічної, соціально-політичної, культурної та духовної сфер життя суспільства, вдосконалення системи державного управління на основі використання інформаційних та телекомунікаційних технологій.

Задля поширення об'єктивного знання про територію та створення

умов для комунікації держави з цільовими аудиторіями реалізація Стратегії дозволяла:

- розробити основні заходи щодо розвитку інформаційного суспільства, що створить умови для їх виконання у взаємодії з бізнесом і громадянським суспільством;
- контрольні значення показників розвитку інформаційного суспільства в Російській Федерації;
- забезпечити підвищення якості та оперативності надання державних послуг організаціям і громадянам на основі використання інформаційних та телекомунікаційних технологій;
- створювати умови для рівного доступу громадян до інформації;
- використовувати можливості інформаційних і телекомунікаційних технологій для зміцнення обороноздатності країни і безпеки держави [142].

Розроблені до 2014 р. документи мали відносно мирний характер, формально відповідали міжнародним нормам та закріплювали свої національні інтереси в інформаційно-комунікаційній сфері. Однак події 2014-2015 рр. (анексія Криму, розв'язання збройного конфлікту на Сході України, потужні інформаційні атаки на закордонні країни, системна дезінформація тощо) змушують керівництво РФ переглянути базові документи та підлаштувати їх до нових умов, у яких опинилася держава. Активна протидія російській пропаганді, технічне обмеження покриття підконтрольних владі засобів масової інформації, блокування соціальних мереж та інших сервісів розповсюдження інформації у просторах інших політичних територій змушують Російську Федерацію зайняти жорстку позицію щодо захисту власних інтересів, які відобразились у нових редакціях стратегічних документів.

Якщо порівнювати дві Стратегії національної безпеки РФ у редакціях 2009 та 2015 рр., можна побачити наступну відмінність. Інформаційно-комунікаційні загрози, які впливають на формування громадської думки, усередині РФ розглядаються як один з основних чинників збереження

суверенітету та цілісності країни. У Стратегії 2009 р. такі загрози розглядалися опосередковано та у контексті інших загроз як додатковий чинник. В основному вони обмежувалися впливом на технічну інфраструктуру та можливому збою у діяльності державних органів влади, частково щодо захисту національних цінностей та культури [35]. У Стратегії 2015 р. – інформаційно-комунікаційні загрози та впливи, зокрема, пропагандистські, виділені в окремі пункти та пріоритети забезпечення національної безпеки. У цій Стратегії чітко зазначено, що конкуренція між державами все більшою мірою охоплює цінності та моделі громадського розвитку. Все більший вплив на характер міжнародної обстановки сприяє активному протиборству у глобальному інформаційному просторі, що обумовлено прагненнями деяких країн використовувати інформаційні та комунікаційні технології для досягнення своїх геополітичних цілей, у тому числі шляхом маніпуляції громадською думкою та фальсифікацією історії. Окремими пунктами інформаційно-комунікаційне протиборство та захист національних інтересів у контексті позитивного сприйняття та високого рівня лояльності до Російської Федерації зазначені в оборонній, культурній сферах, державній та громадській безпеці. Основними загрозами та напрямками захисту є протидія руйнуванню національних духовно-моральних цінностей та єдності мононаціонального народу РФ шляхом зовнішньої культурної та інформаційної пропаганди. Протидія поширенню пропаганди, ідеологій фашизму, екстремізму, тероризму та сепаратизму. Особлива увага приділяється системам виявлення та аналізу загроз в інформаційній сфері, забезпеченню захищеності громадян та суспільства від деструктивного інформаційного впливу з боку екстремістських та терористичних організацій, іноземних спецслужб та пропагандистських структур [155].

Ці положення прямо вказують на важливість формування необхідних образів держави, формування лояльності та довіри до території, що матиме широку підтримку як всередині, так і зовні, як елемент захисту та просування національних інтересів.

Значно відрізняються цілі, завдання, пріоритети та загрози, які визначені у Доктринах інформаційної безпеки Російської Федерації, що були прийняті у 2000 та 2016 рр. Якщо на початку 2000 років Російська Федерація переймалася за збереження власного інформаційного простору та виходу його з-під впливу закордонних країн, то у 2016 р. акценти зміщуються у бік закріплення отриманих здобутків щодо стабільної трансляції необхідної інформації у зовнішньому інформаційному середовищі. На початку тисячоліття одним із складових національних інтересів в інформаційній сфері було стабільне забезпечення державної політики, пов'язаної із донесенням до російської та міжнародної громадськості достовірної інформації про державну політику, її офіційної позиції щодо соціально значущих подій російського та міжнародного життя, з забезпеченням доступу до громадян, до відкритих державних інформаційних ресурсів. Серед загроз було визначено витіснення російських інформагенцій, ЗМІ із внутрішнього інформаційного ринку та підсилення залежності духовної, економічної та політичної сфер громадського життя Росії від закордонних інформагенцій; девальвація духовних цінностей, пропаганда зразків масової культури, заснованих на культі насильства, на духовних та моральних цінностях, що заперечують цінностям, які прийняті у російському суспільстві; маніпулювання інформацією (дезінформація, приховування або викривлення інформації); монополізація інформаційного ринку Росії, його окремих сегментів вітчизняними та закордонними інформаційними структурами; блокування державних ЗМІ щодо інформування російської та закордонної аудиторії тощо [155]. Джерелами загроз було зазначено намагання ряду країн домінувати та нанесення шкоди Росії у світовому інформаційному просторі, витісненню її з зовнішнього та внутрішнього інформаційних ринків [155]. Саме у цей час розпочинається період перерозподілу інформаційного ринку Росії на користь владних структур та наближених до керівництва країни представників фінансово-промислових груп. За останні 10 років російській владі практично вдалося впоратись із забезпеченням цього пріоритету через контроль над медійним та

комунікаційним простором.

У Доктрині 2016 р. акценти зміщуються на більш високий рівень протистояння та захисту національних інформаційних інтересів. Якщо раніше увага приділялася захопленню та утриманню інформаційного простору у фізичному просторі, наповненню його власними смислами, які повинні переорієнтувати громадян на внутрішній інформаційний продукт, то зараз сили спрямовані на захист інтересів у смисловому протистоянні. Під смисловим протистоянням слід розуміти процес інформаційно-комунікаційного впливу на зовнішні та внутрішні аудиторії з метою зміни їх ціннісних орієнтацій та поведінки, що впливають на стабільність системи, у якій перебуває особистість [117, с. 22-23].

Як зазначено у Доктрині, основними загрозами для РФ є розширення масштабів використання спеціальними службами окремих держав засобів інформаційно-психологічного впливу, націленого на дестабілізацію внутрішньополітичної та соціальної ситуації у різних регіонах світу, до підриву суверенітету та порушення територіальної цілісності інших держав. Відзначаються тенденції до збільшення у зарубіжних ЗМІ обсягів матеріалів, що містять упереджену оцінку державної політики РФ. Російські ЗМІ часто стикаються з дискримінацією, російським журналістам створюють перешкоди для здійснення їх професійної діяльності. Нарощується інформаційний вплив на населення Росії, у першу чергу, на молодь з метою розмивання традиційних російських духовно-моральних цінностей.

Стратегічними напрямками у оборонній сфері є стримування та недопущення військових конфліктів, які можуть виникнути в результаті використання інформаційних технологій; прогнозування, знаходження та оцінки інформаційних загроз, у т.ч. Збройним Силам РФ в інформаційній сфері; нейтралізація інформаційно-психологічного впливу, у т.ч. спрямованого на підрив історичних основ та патріотичних традицій, пов'язаних із захистом Вітчизни. У забезпеченні державної та громадської безпеки – протидія використанню інформаційних технологій для пропаганди екстремістської

ідеології, розповсюдження ксенофобії, ідей національної виключності задля підриву суверенітету, політичної та соціальної стабільності, насильницької зміни конституційного ладу, порушення територіальної цілісності РФ; нейтралізація інформаційних впливів, націлених на розмиття традиційних російських духовно-моральних цінностей [141].

Акцентуалізація вищезазначених загроз та пріоритетів свідчать про зростання ролі стратегічних комунікацій не лише при захисті власних національних інтересів, а й при системному впливі на супротивника. Основну сутність сучасної інформаційно-комунікаційної політики Російської Федерації визначено у програмній статті начальника Генерального Штабу Збройних сил генерала В. Герасимова.

У своїй статті «Ценность науки в предвидении. Новые вызовы требуют переосмыслить формы и способы ведения боевых действий» він зазначив, що «акцент методів, що використовуються у протиборствах, зміщуються у бік широкого використання політичних, економічних, інформаційних, гуманітарних та інших невійськових заходів, що реалізуються з використанням протестного потенціалу населення. Все це доповнюється військовими засобами прихованого характеру, у т.ч. використанням заходів інформаційного протиборства та діями сил спеціальних операцій. Широке розповсюдження отримали асиметричні дії, які дозволяють нівелювати перевагу супротивника у збройній боротьбі. До них відноситься використання сил спеціальних операцій та внутрішньої опозиції для створення постійно діючого фронту на всій території держави, що протистоїть, а також інформаційний вплив, форми та способи якого постійно удосконалюються» [26]. По суті, вказані у Стратегії національної безпеки та Доктрині інформаційної безпеки РФ ризики є втіленням основних напрямків інформаційно-комунікаційного впливу на супротивника з метою домінування в політико-образному та політико-смісловому просторах [15, с. 142].

2.2. Інституційні механізми формування інформаційного напрямку політики захисту національних інтересів США, Великобританії та Російської Федерації

У цьому підрозділі розглянуті основні механізми реалізації інформаційного напрямку політики захисту національних інтересів США, Великобританії, ЄС, НАТО та Російської Федерації. Особливий інтерес для України представляє система узгодженості дій з вироблення інформаційної політики, її реалізації і корекції між різними акторами та інституціями в сучасних умовах.

Під механізмами реалізації інформаційного напрямку політики захисту національних інтересів слід розуміти сукупність концептуальних засад та практичних інструментів з вироблення та поширення політико-релевантного знання про територію, яке забезпечує досягнення політичних, економічних, гуманітарних та інших цілей; із забезпечення та налагодження зворотного зв'язку із цільовими аудиторіями території з метою роз'яснення та забезпечення підтримки національних інтересів. Незважаючи на різність стратегічних цілей та амбіції територій, їх можливості, автор виділяє такі механізми інформаційно-комунікаційної діяльності, що об'єднують території різних рівнів:

1. Публічна політика (public affairs) – поточна діяльність органів державної влади та місцевого самоврядування, метою якої є забезпечення цільовим аудиторіям доступу до інформації (можливість самостійно отримати необхідну інформацію), поширення інформації про територію через контрольовані канали комунікації (власні сайти, інформаційні бюлетні, зустріч з цільовими аудиторіями в рамках діяльності того чи іншого органу тощо).

2. Публічна дипломатія (public diplomacy) – діяльність територій з поширення інформації та знання, налагодження прямих контактів із «агентами впливу» цільових аудиторій з метою просування національних інтересів, цінностей, ідей, політики та налагодженню позитивного емоційного зв'язку.

На відміну від традиційної дипломатії – громадська дипломатія використовує інструменти умовно неформальної комунікації через організацію та проведення різних програм професійних, спортивних та культурних обмінів, вивчення мови території тощо.

3. Засоби масової інформації (mass media) – взаємодія із засобами масової інформації як одним із потужних інструментів поширення знання та інформації про територію.

4. Нові медіа (new media) – поширення інформації та знання про територію через контрольовані канали комунікації, такі, як соціальні мережі та інші он-лайн сервіси для розміщення фото-, відео- та аудіоматеріалів. Головною рисою є те, що це неформальний канал комунікації, тому можливе вільне спілкування та висловлення особистих позицій та думок.

5. Спеціальні заходи (events) – діяльність територій з організації, проведення та участі в різного роду заходах, метою яких є поширення знання про територію та налагодження комунікації з цільовими аудиторіями у форматі «face-to-face».

6. Державно-приватне партнерство (public-private partnerships) – міжсекторальна взаємодія між представниками державного та приватного, у тому числі неурядового сектору, для вироблення, поширення та оцінки знання про територію, налагодження комунікацій з цільовими аудиторіями та акумуляції ресурсів в інформаційному просторі.

Безперечним фактом є те, що Сполучені Штати Америки мають значний досвід діяльності в інформаційному просторі. США одними із перших визнали та на практиці почали використовувати системні комунікації для захисту, поширення та культивування своїх ідей, цінностей, інтересів та політики. Наразі перед країною постає питання щодо синхронізації своїх слів та дій, а також ефективна робота відповідальних за поширення знань про територію відповідних структур та осіб.

Як зазначено у Національній структурі стратегічних комунікацій (National framework for strategic communication), Уряд Сполучених Штатів має

широкий спектр комунікаційних програм та заходів, які спрямовані на роз'яснення своїх дій, стимулюють участь, інформують про процеси, впливають на суспільну думку через громадську дипломатію, інформаційні операції та інші процедури. Реалізація інформаційної політики США, як території, розглядається у двох напрямках: перший – внутрішнє забезпечення комунікацій між відомствами (координація), другий – зовнішня комунікація з цільовими аудиторіями. Для ефективного управління внутрішніми комунікаційним процесам в США створена професійна спільнота, яка допомагає керівництву держави, вищим керівникам вести розробку та підтримувати комунікацію [229, с. 2].

Апарат, який забезпечує комунікації США з цільовими аудиторіями на мега та макрорівнях складається із різноманітних організацій та структур, які не обмежуються підрозділами, що забезпечують публічну політику, громадську дипломатію, військові операції та оборонну підтримку публічної дипломатії, планування, розвитку та виконання обов'язків.

Особлива увага приділяється дослідженням, плануванню та корекції комунікаційного процесу, що забезпечує більш ефективну роботу відповідальних структур та осіб, як на рівні виконання прямих обов'язків, так і на рівні міжвідомчих зв'язків. Враховуючи різність цілей і завдань, які стоять перед органами управління, поглядів на внутрішні та зовнішні політичні, економічні, гуманітарні та інші процеси Уряд США докладає багато зусиль для вироблення спільного бачення майбутнього, особливо на етапі планування процесів [229, с. 2].

Раніше, на національному (стратегічному) рівні у США існував Міжвідомчий координаційний комітет (Interagency Policy Committees), однією із основних цілей якого було обговорення та координація комунікаційної політики на вищому рівні. На оперативному рівні інформаційна політика реалізовувалася та координувалася у двох напрямках. Перший – це дипломатичний/політичний «Державна команда» (The Country Team) [208], основа якої складається із представників Державного департаменту. Другий –

військовий – Міжвідомча координаційна рада (Joint Interagency Coordination Group). The Country Team забезпечує реалізацію комунікаційної політики на глобальному рівні, а Joint Interagency Coordination Group консультує та корегує комунікації з урахуванням стратегічної та оперативної ситуації навколо національної безпеки та оборони [229, с. 5].

Для ефективної реалізації інформаційної політики США активно використовується державно-приватне партнерство. Цей напрямок діяльності активно використовується в проведенні досліджень, наданні консультацій та реалізації конкретних комунікаційних проектів. Таке партнерство дозволяє органам управління США отримати більш широку і повну інформацію з проблем, що цікавлять, а також використовувати інтелектуальний, фінансовий та репутаційний капітал партнерів, створюючи синергетичний ефект на користь досягнення стратегічних цілей (у контексті дослідження – формування капіталу лояльності) [229, с. 5].

На оперативному рівні реалізації інформаційної політики США ролі та обов'язки розподіляються серед ключових інститутів державного управління США. Органи національної безпеки США (National Security Staff) забезпечують контроль при реалізації інформаційної політики щодо відповідності основним цілям та завдання національної безпеки, сприяють налагодженню та безпеці комунікацій у «проблемних» регіонах.

Державний Департамент (U.S. Department of States) забезпечує реалізацію комунікаційної політики з поширення знань про інтереси США серед внутрішньої аудиторії (громадяни та організації-резиденти) та комунікацію із зовнішніми цільовими аудиторіями в рамках традиційної та громадської дипломатії. Міністерство оборони (Department of Defense) забезпечує проведення інформаційних операцій та підтримку громадської дипломатії, публічної політики та внутрішніх справ.

Рада керуючих з питань мовлення (Broadcasting Board of Governors): відповідає за невійськове/громадське міжнародне мовлення під егідою США. Це структура забезпечує програмне мовлення через радіо, телебачення,

Інтернет та інші нові засоби масової комунікації на 60 мовах та охоплює аудиторію у 175 мільйонів людей усього світу. Основною метою Ради є забезпечення через ЗМІ цільових аудиторій новинами, інформацією із власних та незалежних джерел. Агенція з міжнародного розвитку (United States Agency for International Development (USAID)) забезпечує комунікацію з цільовими групами в рамках гуманітарних програм та проектів як за межами США, так і всередині країни. USAID також займається нарощуванням потенціалу (капіталу лояльності), включаючи розвиток та підготовку кадрів для ЗМІ.

Також у процесі реалізації інформаційно-комунікаційної політики активно бере участь розвідувальне співтовариство (Intelligence Community), яке забезпечує аналітичне підґрунтя інформаційної політики, відслідковує відкриту та приховану громадську думку, надає консультації у роботі із цільовими групами, засобами та методами роботи з нею. Особлива увага приділяється громадській дипломатії [229, с. 7-12].

Ставлення уряду США до стратегічних комунікацій має ключове значення для захисту національних інтересів та досягнення політичних, економічних та гуманітарних цілей. З огляду на офіційні документи, можна зробити висновок, що комунікації відносять до системи управління, що забезпечує конкурентоспроможність в інформаційному просторі, високий рівень довіри та зростання капіталу лояльності до США. Також увага була приділена професійному навчанню та формування культури стратегічних комунікацій серед держслужбовців [260, с. 2].

Великобританія, як і Сполучені Штати Америки, має багатий досвід організації та впровадження стратегічних комунікацій для просування та захисту національних інтересів та стратегічних цілей. Не зважаючи на високий рівень підготовки фахівців, давні традиції (авт. - у 2017 р. урядові комунікації відзначають своє 100-річчя) та розуміння необхідності використання комунікацій йде постійна робота з удосконалення цього напрямку діяльності.

У 2010 та 2014 рр. структура стратегічних комунікацій Великобританії

зазнала значної реструктуризації. Акцент був зроблений на зміцнення центральної координації, ефективності та адекватних витрат на реалізацію комунікаційної політики. Внесені кардинальні зміни в принципи роботи.

У 2010-2013 рр. центром всієї комунікаційної структури Великобританії був Урядовий комунікаційний центр (The Government Communication Centre), що входив до складу кабінету міністрів та відповідав за проактивну урядову комунікацію. Його завдання полягали в роботі з комунікаційними вузлами і відомствами, наданні допомоги у вирішенні спільних проблем [259, с. 18].

У цей період були створені центри комунікацій (Communication hubs), метою яких було полегшення спільної роботи та створення умов для взаємодії кількох відділів або органів з налагодження комунікацій зі спільними цільовими аудиторіями. Урядові комунікації налагоджувалися через сім центрів [259, с. 53], які об'єднували схожі сфери діяльності та цільові аудиторії, працювали на базі кількох департаментів у тісному взаємозв'язку. Ці Центри надавали консультації та пропонували державним органам оптимальні методи й інструменти комунікування зі своїми цільовими аудиторіями, а також надавали допомогу у розкритті професійного комунікативного потенціалу відповідних структур [259, с. 16].

Урядовий комунікаційний центр та комунікаційні вузли повинні були забезпечити та підтримувати:

- пропозиції відомств та їх організацій з завчасного планування комунікацій, медіа-планування та медіабаїнгу, в тому числі, зі взаємодії з організаціями, що надають такі послуги, закупівлі в ЗМІ площ для розміщення інформації;
- надавати консультації та підтримку з оцінки, в тому числі, з планування, проведення або замовлення проектів з оцінки комунікативної діяльності;
- розміщення на ТБ і радіо суспільно важливої інформації на тему здоров'я, благополуччя та безпеки, в т.ч. на цифрових, наземних і зовнішніх

(супутникових) медіа каналах;

- забезпечення щоденного моніторингу ЗМІ та підготовку інформаційних дайджестів для всіх державних відомств і організацій;
- забезпечення регіональної підтримки прес-службам державних відомств і організацій у регіонах через Регіональну мережу новин (Regional News Network), регіональним дослідникам, які забезпечують нові знання, брифи і моніторинг ЗМІ на підтримку регіональних візитів високопоставлених міністрів [259, с. 18-19].

Урядова цифрова служба (Government Digital Service) заснована та працює для надання послуг в електронному форматі. У рамках діяльності служби забезпечується створення та підтримка веб-сайтів та блогів державних органів, їх структурних підрозділів. Активно Служба співпрацює з Урядовим комунікаційним центром з надання аналітичної інформації із запитів, які надходять через цифрові канали. Ця інформація активно використовувалась і використовується для корекції та вироблення комунікаційної діяльності.

З 2014 р. по теперішній час основним інститутом, який забезпечує всі комунікації, є Урядова служба з комунікацій (Government Communication Service). Її метою є забезпечення ефективних урядових комунікацій у контексті інформаційного напрямку політики захисту національних інтересів за такими стратегічними напрямками:

- забезпечення економічної безпеки (залучення інвестицій, інформаційний та маркетинговий супровід британських компаній за кордоном тощо);
- захист національної безпеки (інформаційно комунікаційний супровід силових структур та армії, боротьба із негативними впливами на настрої та поведінку громадян Британії, супровід військової та оборонної політики тощо); сприяння реалізації внутрішньої політики (проведення реформ, вирішення актуальних внутрішніх питань тощо). Окремо увага приділяється супроводу політики щодо ЄС та публічної дипломатії [219, с. 7].

Для підвищення рівня ефективності діяльності та економічного ефекту

Службою реалізується поетапне реформування системи комунікацій. Перші три етапи (з січня 2014 по серпень 2016 р.) були спрямовані на концептуальне переосмислення системи урядових комунікацій з урахуванням нових викликів серед яких:

- агресивна інформаційна політика РФ та ІДІЛ, ситуація в ЄС, BREXIT;
- вирішення кадрового питання, яке повинно забезпечити людський ресурс, здатний адекватно та швидко реагувати на сучасні виклики;
- перебудова структури урядових комунікацій та вироблення сучасної моделі комунікацій (The Modern Communications Operating Model (MCOM));
- налагодження горизонтальних та вертикальних каналів комунікації між урядовими структурами та органами управління на місцях [221].

Четвертий етап (серпень 2016 р. по теперішній час) зосереджений на формуванні єдиних підходів до інформаційних кампаній із залученням широкого кола зацікавлених сторін, партнерів і національних брендів. Впровадженні сучасних підходів до взаємодії із ЗМІ, у т.ч. з цифровими. Підвищення професійної кваліфікації посадовців. Розвиток міжсекторальної взаємодії із залученням широкого кола осіб, зацікавлених в активізації та ефективності урядових комунікацій на національному та регіональному рівнях, а також розвиток сильної мережевої практики [221].

Очікуваними результатами роботи системи урядових комунікацій є зміни у поведінці, що приносять користь індивідам та суспільству; оперативна ефективність громадських послуг; висока репутація Великобританії та реагування на кризові ситуації (авт. – у контексті можливих репутаційних втрат країни); розуміння цільовими аудиторіями політики та програм Уряду [250, с. 3].

Слід зазначити, що досвід організації урядових комунікацій Великобританії активно вивчало та намагається впровадити Міністерство інформаційної політики України [79; 167].

Згідно з Планом дій щодо покращення комунікацій Європейської

Комісії (Action plan to improve communicating Europe by the Commission) [187] структура, яка забезпечує комунікацію Єврокомісії як офіційного органу управління територією ЄС, складається з кількох підрозділів.

Генеральне управління комунікацій (Directorates-General for Communication) [185] відповідає за інформування та спілкування щодо політики Європейського Союзу з широкою громадськістю. Управління в основному працює через засоби масової інформації, лідерів громадської думки, презентаційні комісії (контакт центри) і інформаційні мережі у державах-членах ЄС. Відповідає за інформування Комісії про тенденції в громадській думці, в медіа-ландшафті і про політичні події, а також координує комунікаційні дії в рамках діяльності структурних підрозділів Єврокомісії.

Генеральне управління комунікації разом із контактними центрами в державах-членах виконує такі функції:

- визначає і контролює корпоративний імідж Комісії;
- вносить пропозиції, планує і реалізує комунікаційні проекти Комісії для широкої громадськості на основі політичних пріоритетів і інтересів громадян;
- спілкується на інші теми, що мають політичне значення та суспільний інтерес, допомагають громадянам дізнатися про всі питання, пов'язані з ЄС;
- надає корпоративні інструменти і комунікаційні знання іншим Управлінням відповідно їх стратегій і комунікаційних зв'язків;
- консультує з питань найбільш ефективного використання комунікаційних ресурсів по всій Комісії;
- управляє загальними інструментами та комунікаційними проектами у партнерстві з іншими установами та державами-членами в міру необхідності;
- інформує Комісію про громадську думку та репутаційні ризики в

держав-членах, забезпечує політичні репортажі про події в країнах ЄС;

- допомагає оцінити всі комунікаційні заходи Комісії [185].

З 2016 р. пріоритетом визначено побудова єдиної архітектури системи комунікацій [204].

Прес-служба (The Spokesperson's Service) працює під політичним керівництвом Президента Комісії й у співпраці з її представництвами. Прес-служба інформує і відповідає на запити ЗМІ щодо політики і діяльності ЄС, виступає офіційним спікером Європейської комісії. Представляє узгоджену медіа-політику та координує окремих прес-секретарів. Спростовує дані, які містять неправдиву та викривлену інформацію, розробляє медіа стратегію для членів Європейської комісії, планує комунікації з пресою з урахуванням стратегічних та політичних пріоритетів Президента та Комісії загалом [264].

На регіональному рівні в реалізації комунікаційної політики активно беруть участь представництва комісії в країнах-членах ЄС. Вони надають інформацію про Європейський Союз через події і розповсюдження інформаційних матеріалів (брошур, листівок та інших матеріалів). Існують інформаційні пункти, де місцеві мешканці по телефону або електронною поштою можуть отримати інформацію, а у разі необхідності, самостійно відвідати місцеві інформаційні заходи.

Європейський громадський простір (European Public Spaces) забезпечує комунікацію через проведення заходів на європейську тематику, які відкриті для широкого загалу в державах-членах. Європейська комісія спільно з Європейським парламентом створили спільні довідкові бюро, де також можна отримати необхідну інформацію. Крім того, в рамках Європейського громадського простору відбуваються дебати, форуми, лекції та тренінги з європейських питань, а також культурні заходи, такі, як виставки та демонстрація фільмів [213].

Представництва Єврокомісії, що охоплюють держави-члени, зосереджують свою діяльність на інформаційно-комунікаційних послугах. Крім того, представництва відіграють ключову роль у двосторонній

комунікації Комісії у державах-членах, ефективно виконуючи роль «посередника» між Комісією та національними державами, а також як структури, які збирають інформацію «у полі». Оновлення цифрової присутності представництв у всіх сферах своєї діяльності передбачатиме інвестиції в навчальні та апаратні засоби, зокрема для спілкування в Інтернеті. Діяльність у соціальних мережах повинна стати одним з основних каналів зв'язку для представництв, доповнюючи їхні політичні, медійні та інформаційно-просвітницькі заходи. Забезпечення локального підходу до централізовано розроблених повідомлень та підтримка контактів з місцевими експертами з питань національної та регіональної орієнтується на розширення пулу засобів масової інформації та нових медіа (соціальні мережі, блоги тощо), навички, а також розширення можливостей співробітників представництв [244, с. 6-7].

На глобальному рівні Європейська служба зовнішніх дій (European External Action Service) відповідає за мережу близько 140 офісів ЄС, розташованих за межами Союзу. Делегації виконують функції основного комунікатора та рупора ЄС за кордоном. Вона спрямована на те, щоб зовнішній вплив ЄС був більш послідовним та ефективним, що дасть змогу збільшувати вплив Європейського Союзу у світі. Служба працює у співпраці з дипломатичними службами держав-членів і включає в себе посадових осіб з відповідних департаментів Генерального секретаріату Ради Європейського Союзу та Європейської комісії, а також співробітників, відряджених з національних дипломатичних служб держав-членів ЄС [212].

Проблематика ефективного застосування стратегічних комунікацій у діяльності НАТО актуальною була завжди. Але на системний рівень вона виходить після виникнення проблем з громадською підтримкою дій Альянсу під час військової операції в Афганістані.

Як зазначає українська дослідниця А. Баровська, «від самого початку кампанії в Афганістані вживалися численні комунікативні заходи та точився [психологічний] вплив, однак, питання про всеохоплюючу комунікативну

стратегію з метою координування різних видів діяльності та меседжів не порушувалося. Під час реалізації інформаційно-комунікативної діяльності: не приділялося достатньої уваги світовій громадській думці – зусилля були зосереджені переважно на аудиторіях у самому Афганістані. У результаті протягом тривалого часу, зокрема американській громадськості, було незрозумілим, що саме сталося в Афганістані та чи досягла місія успіху; психологічні операції та кампанії були скеровані передусім на підтримку воєнних операцій, а отже, меседжі були зорієнтовані переважно на цивільне населення і мали на меті відокремити мирних громадян від талібів і запобігти підтримці ними талібів у конфлікті» [8, с. 149]. При цьому на важливість місцевого населення практично не зважали, а мета вироблення меседжів не виходила за межі потреби усунення терористів.

«У березні 2007 р. створюється Управління стратегічних комунікацій. Ініціативу перейняла політична штаб-квартира НАТО в Брюсселі, де відділ громадської дипломатії одразу ж долучив стратегічні комунікації до переліку своїх основних завдань. Незабаром ухвалено перші документи щодо стратегічних комунікацій. У неопублікованій доповіді НАТО від травня 2007 року було визнано, що стратегічний успіх в Афганістані залежить від політичної волі країн-учасниць. Згідно з цим документом розуміння міжнародною громадськістю важливості місії в Афганістані має життєво необхідне значення для її успіху. Відтоді структури управління Альянсом активізувалися у Twitter, Facebook, Flickr та YouTube, наразі він має свій власний веб-сайт і телеканал та працює з додатками на Iphone [8, с. 150]. З метою протидії пропаганді талібів відео та зображення операцій НАТО розсекречені і є відкритими для громадськості. Як наслідок, зростаюча кількість знімків, зроблених під час операцій відеогрупами військових підрозділів, камерами, закріпленими на шоломах, або з повітряних платформ, дозволяє дедалі частіше спростовувати необґрунтовані претензії з боку талібів. 31 жовтня 2007 р. з'явилася директива «Удосконалення стратегічних комунікацій НАТО» (Enhancing NATO's Strategic Communications), а за рік –

директива щодо стратегічних комунікацій від Штабу Верховного головнокомандувача ОЗС НАТО в Європі, у якій підкреслювалася відповідна підтримка тилу. І вже у 2008 р. питання стратегічних комунікацій потрапило до політичного документа Альянсу, яким є Декларація бухарестського саміту НАТО» [8, с. 150].

Реалізацією стратегічних комунікацій у НАТО, які забезпечують просування і захист інтересів Організації займаються:

Комітет з громадської дипломатії (CPD) виступає в ролі дорадчого органу Північноатлантичної ради (НАС) з питань комунікації, засобів масової інформації та громадських обмінів. Він дає рекомендації НАС про те, як заохотити громадськість розуміти та підтримувати цілі НАТО. У цьому відношенні Комітет несе відповідальність за планування, впровадження та оцінку стратегії НАТО в галузі публічної дипломатії.

Для підтримки своїх цілей члени CPD діляться власним досвідом щодо національних інформаційно-комунікаційних програм, сприйняття цільовими аудиторіями Альянсу та його діяльності. CPD обговорює, розробляє та подає рекомендації стосовно стратегії та комунікацій інформації.

CPD був створений у 2004 р., після чого став Комітетом з питань інформації та культурних відносин (CICR), який був одним із перших комітетів НАТО, який на системному рівні використовує інформаційно-комунікаційні технології для просування та захисту інтересів Організації [201].

Загальна мета комунікаційної діяльності НАТО полягає у сприянні налагодженню діалогу та порозуміння з одночасним ознайомленням широкого кола громадськості та її залучення до постійного процесу обговорення питань безпеки.

Для цього НАТО співпрацює із засобами масової інформації, розробляє програми комунікацій та публічної дипломатії для окремих цільових груп, включаючи лідерів громадської думки, академічних і парламентських груп, молодіжних та освітніх кіл. Він прагне охопити аудиторію по всьому світу за

допомогою різноманітних платформ та діяльності у соціальних мережах. Поширює матеріали, реалізує програми та заходи з зовнішніми партнерами, одночасно підтримуючи Генерального секретаря НАТО в його ролі головного представника Альянсу [205].

Центр удосконалення стратегічних комунікацій (NATO Strategic Communications Centre of Excellence («StratComm»)). Місія Центру полягає у підтримці процесу розвитку спроможності НАТО, ефективності місій та сумісності через налагодження та комплексу підтримки стратегічних комунікацій. Метою Центру є покращення потенціалу стратегічних комунікацій НАТО. Центр працює як дослідницький та об'єкт для тестування ідей і підходів [232, с. 3]. Він займається підготовкою стратегічних документів та експериментальними розробками у сфері стратегічних комунікацій (Doctrine, Concept and Experimentation Branch), освітньо-професійною підготовкою кадрів (the Education and Training Branch), реалізацією оперативних інформаційно-комунікаційних заходів (the Operational Support Branch) та підтримкою національних урядів країн-членів НАТО [232, с. 4].

У контексті дослідження основними офіційними елементами реалізації інформаційної політики Російської Федерації є Президент, Уряд, Рада безпеки, Федеральні органи виконавчої влади, міжвідомчі та державні комісії, органи виконавчої влади суб'єктів РФ, органи місцевого самоврядування, громадські об'єднання [35], засоби масової інформації та нові (соціальні) медіа.

У структурі апарату Президента РФ існує Управління Президента із громадських зв'язків і комунікацій. Основними завданнями є забезпечення реалізації Президентом його конституційних повноважень у сфері державної інформаційної політики, а також підготовка пропозицій Президентові з питань державної інформаційної політики, участь, за дорученням Президента, в реалізації зазначених пропозицій; аналіз позиції ЗМІ, громадської думки з питань реалізації державної політики в різних сферах та оперативне інформування про це Президента; розробка стратегії інформаційного

супроводу суспільно значимих рішень, а також участь, за дорученням Президента, в їх реалізації; координація інформаційної роботи федеральних державних органів, а також федеральних органів виконавчої влади з метою об'єктивного висвітлення в ЗМІ державної політики в різних сферах, що проводиться; координація інформаційного супроводу великих міжнародних заходів у Російській Федерації і за кордоном [154].

За реалізацію інформаційної політики Уряду Російської Федерації відповідає прес-служба, основними завданнями якої є: інформаційне забезпечення діяльності Уряду; організація та забезпечення взаємодії Голови Уряду Російської Федерації та заступників Голови Уряду Російської Федерації із засобами масової інформації; реалізація державної політики і регулювання в галузі засобів масової інформації, масових комунікацій, друку, видавничої та поліграфічної діяльності; реалізації державної політики в галузі культури і кінематографії; реалізації державної політики з формування позитивного образу країни за кордоном; координації роботи прес-служб федеральних органів виконавчої влади. Крім того, координує діяльність таких підрозділів Апарату Уряду Російської Федерації: Департаменту прес-служби і інформації Уряду; Департамент з підготовки текстів публічних виступів Голови Уряду та Департамент культури [144].

Якщо Президент та Уряд РФ визначають основні стратегічні пріоритети, координують формування та реалізацію інформаційної політики, то основна робота та відповідальність лежить на державних федеральних органах влади (міністерства, відомства та організації), органах виконавчої влади суб'єктів Федерації та органах місцевого самоврядування.

У контексті дослідження інтерес викликає інформаційна політика таких міністерств, як Міністерство закордонних справ, Міністерство економічного розвитку, Міністерство зв'язку та комунікацій РФ.

У рамках діяльності Міністерства закордонних справ інформаційна політика реалізується для забезпечення пріоритетів зовнішньої політики Росії з урахуванням її зростаючої відповідальності за формування міжнародного

порядку денного та основ міжнародної системи. Інформаційна політика - забезпечує роз'яснення міжнародної політики РФ, налагодження міцних та авторитетних позицій у світовому співтоваристві як одного із впливових та конкурентоспроможних світових центрів.

Важливим напрямком зовнішньополітичної діяльності Російської Федерації є захист та просування національних інтересів [65]. Як зазначено у Концепції зовнішньої політики, з метою забезпечення національних інтересів і реалізації стратегічних національних пріоритетів Російської Федерації зовнішньополітична діяльність держави спрямована на виконання таких основних завдань:

- забезпечення безпеки країни, її суверенітету і територіальної цілісності, зміцнення правової держави і демократичних інститутів;
- створення сприятливих зовнішніх умов для стійкого зростання і підвищення конкурентоспроможності економіки Росії, її технологічного оновлення, підвищення рівня і якості життя населення;
- зміцнення позицій Російської Федерації як одного з впливових центрів сучасного світу;
- зміцнення позицій Росії в системі світогосподарських зв'язків, недопущення дискримінації російських товарів, послуг, інвестицій, використання можливостей міжнародних та регіональних економічних і фінансових організацій [65];
- подальше просування курсу на зміцнення міжнародного миру, забезпечення загальної безпеки і стабільності з метою утвердження справедливої демократичної міжнародної системи, заснованої на колективних засадах у вирішенні міжнародних проблем, на верховенстві міжнародного права, перш за все на положеннях Статуту Організації Об'єднаних Націй, а також на рівноправних і партнерських відносинах між державами при центральній координуючій ролі ООН, як основні організації, що регулює міжнародні відносини;
- формування відносин добросусідства з суміжними державами,

сприяння усуненню наявних осередків напруженості і конфліктів на їх територіях і запобігання виникненню таких осередків і конфліктів [65];

- розвиток двосторонніх і багатосторонніх відносин взаємовигідного та рівноправного партнерства з іноземними державами, міждержавними об'єднаннями, міжнародними організаціями та в рамках форумів на основі поваги принципів незалежності та суверенітету, прагматизму, транспарентності, багатовекторності, передбачуваності, неконфронтаційного відстоювання національних пріоритетів; розширення міжнародного співробітництва на недискримінаційній основі, сприяння становленню мережевих альянсів, активну участь в них України [65].

Міністерство зв'язку та комунікацій РФ – федеральний орган виконавчої влади, який займається виробленням та реалізацією державної політики та нормативно-правовим регулюванням у сфері інформаційних технологій (включаючи використання інформаційних технологій при формуванні державних інформаційних ресурсів і забезпечення доступу до них), сфері електрозв'язку (включаючи використання і конверсію радіочастотного спектру) та поштового зв'язку, у сфері масових комунікацій та ЗМІ, у тому числі електронних (включаючи розвиток мережі Інтернет, систем телевізійного (у тому числі цифрового) мовлення та радіомовлення і нових технологій), сфері друку, видавничої та поліграфічної діяльності, сфері обробки персональних даних [77].

Виступає поштою адміністрацією Російської Федерації і виконує функції адміністрації зв'язку Російської Федерації при здійсненні міжнародної діяльності у сфері зв'язку. Міністерство здійснює координацію і контроль діяльності, які знаходяться в його веденні Федеральної служби з нагляду в сфері зв'язку і масових комунікацій, Федерального агентства зв'язку, Федерального агентства з друку і масових комунікацій [77]. Забезпечує та контролює технічну реалізацію, а також відслідковує виконання вимог законодавства щодо інформаційної політики РФ.

Враховуючи поточну геополітичну ситуацію, РФ продовжить

нарощувати свою присутність у глобальному інформаційно-комунікаційному просторі до тих пір, доки не будуть досягнуті поставлені стратегічні цілі. Незважаючи на тиск з боку західних країн, економічні та фінансові втрати від санкцій, технічне обмеження доступу російських ЗМК, боротьба триватиме. Акцент буде зміщуватися у бік буферних зон та зон конфлікту інтересів, зокрема на пострадянському просторі, у Східній Європі, Балканах, країнах Балтії. Основними полями смислового протиборства будуть питання, пов'язані з прагненням колишніх республік СРСР вийти з-під впливу РФ, розширення НАТО, єдності ЄС тощо [12, с. 118].

2.3. Інформаційно-комунікаційні практики захисту національних інтересів США, Великобританії та Російської Федерації

Для подальшого розуміння сутності інформаційного напрямку захисту національних інтересів США, Великобританії, ЄС, НАТО та Російської Федерації необхідно розглянути інформаційно-комунікаційні програми та проекти, основною метою яких є поширення знання про державу, налагодження емоційного зв'язку з цільовими аудиторіями та формування капіталу лояльності, які дають змогу досягти цим територіям просування та захист національних інтересів, стратегічних завдань та цілей.

Під інформаційно-комунікаційними проектами з захисту та просування національних інтересів слід розуміти сукупність чітко визначених заходів, обмежених часом для поширення об'єктивного знання про територію, метою яких є досягнення коротко та середньо строківих політичних, економічних та гуманітарних цілей, налагодження емоційного зв'язку з цільовими аудиторіями та формування капіталу лояльності.

Під інформаційно-комунікаційними програмами слід розуміти сукупність заходів, необмежених часом для поширення об'єктивного знання про територію, метою яких є досягнення довгострокових стратегічних політичних, економічних та гуманітарних цілей налагодження емоційного зв'язку з цільовими аудиторіями та формування капіталу лояльності. На

відміну від проектів, у програми можуть вноситися зміни та корегування з урахуванням середньострокових змін у сферах, на які розраховані програми.

Аналіз інформаційно-комунікаційних проектів та програм доцільно проводити в таких сферах, як публічна політика (public affairs), громадська дипломатія (public diplomacy), управління та співпраця із засобами масової інформації (media relation), новими медіа (new media), організація, проведення та участь у спеціальних заходах (event).

Як зазначено вище, інформаційно-комунікаційній політиці у США відводиться одна із провідних ролей у публічній сфері. Вона не лише інструмент обслуговування державних органів влади всіх рівнів, вона - це інструмент стратегічного управління знанням про США, її політики та дій. Проведений аналіз нормативно-правових засад, структури формування та реалізації інформаційно-комунікаційної політики США засвідчує комплексність використання різного роду механізмів та інструментів поширення знання про країну та налагодження зв'язку із цільовими аудиторіями з метою трансляції своїх національних інтересів.

Серед комунікаційних проектів у сфері публічної політики (public affairs) можна виділити «Ініціативу Відкритий Уряд» (Open Government Initiative), яка була ініційована Президентом США у 2010 р. Її основною метою є забезпечення доступу до інформації всіх державних структур та установ, що забезпечить високий рівень довіри, як громадян Сполучених Штатів, так і зацікавлених закордонних сторін. Директивою Президента США наказується установам вжити негайних конкретних кроків, для оприлюднення своїх даних для американського народу. Це було в історії США першою дією такого роду, що стала початком нової ери відкритого та підзвітного уряду призначеного для подолання розриву між американським народом і його урядом [234].

Така політика базується на трьох принципах: прозорість, участь та співпраця. Прозорість сприяє підвищенню відповідальності, надаючи громадськості інформацію про те, що уряд робить. Залученість та участь

дозволяє представникам громадськості донести свої ідеї і досвід, який уряд може використати та зробити політику більш ефективною. Співпраця підвищує ефективність уряду, заохочуючи партнерства і співробітництва в рамках федерального уряду між рівнями уряду, а також між урядом і приватними установами. Такий підхід створює всі передумови для розуміння населенням Сполучених Штатів Америки основних національних інтересів та кроків уряду щодо його захисту та просування. Крім того, громадяни мають всі підстави для залучення до розробки та реалізації національної політики, у т.ч. з захисту та просування національних інтересів.

Меморандум вимагав від міністерств та відомств зробити такі кроки для досягнення визначеної мети – створення більш відкритого уряду:

1. Опублікувати урядову інформацію в Інтернеті. По можливості і залежно від дійсних обмежень установи повинні публікувати інформацію на сайті у відкритому форматі, який можна отримати, завантажити, знайти через пошукові системи. Агентства повинні активно використовувати сучасні технології для поширення корисної інформації, а не чекати конкретних запитів за Законом про свободу інформації. Протягом 45 днів кожна установа повинна була ідентифікувати і опублікувати в Інтернеті інформацію у відкритому форматі.

Було запропоновано кожній установі створити власну веб-сторінку присвячену Ініціативі Відкритий Уряд, і розмістити за адресою ([http://www.\[агентство\]. gov/open](http://www.[агентство].gov/open)), яка повинна була стати універсальним сховищем інформації, пов'язаної з Директивою відкритого уряду, в обов'язковому порядку підтримувати і своєчасно оновлювати цю сторінку [234].

2. Покращення якості урядової інформації. Щоб покращити якість урядової інформації та зробити її доступною для громадськості, вищі керівники повинні переконатися, що вона відповідає стандартам з якості адекватних систем і процесів на місцях. Топ-менеджери повинні забезпечити публічне розміщення Федеральної інформації через такі громадські інформаційні ресурси, як USAspending.gov або інші подібні веб-сайти [220].

3. Створення та інституціоналізація культури відкритого уряду. Щоб створити безпрецедентну і стійкого рівня відкритість та підзвітність у кожному агентстві, вищі керівники повинні прагнути включати критерії прозорості, участі та співпраці в поточну роботу своїх установ. На веб-сторінках Відкритого уряду повинні розміщуватися плани, які будуть відображати основні заходи та результати діяльності. Це повинно покращити прозорість та інтеграцію участі громадськості та взаємодії у своїй діяльності. План кожного агентства оновлюється кожні два роки.

4. Створення сприятливої політичної основи для відкритого уряду. З розвитком технологій відкриваються нові форми спілкування між владою та народом [234].

З розвитком технологій мережі Інтернет, політики, державні установи та організації активно використовують соціальні мережі та інші соціальні сервіси для розміщення фото, відео та аудіо матеріалів, презентацій тощо. США використовують інструменти соціальних медіа, як Twitter, Facebook і YouTube, щоб комунікувати з цільовими аудиторіями та оперативно отримувати офіційну інформацію. Мати зворотній зв'язок через розміщені коментарі. У соціальних мережах можна ознайомитися та зареєструватися на аккаунти провідних державних установ та організацій, федеральних агентств, виборних посадових осіб, керівників установ або членів Кабінету президента та ін. Аккаунти можна знайти на таких ресурсах, як: Blip, Disqus, Facebook, Flickr, Foursquare, Github, Google+, IdeaScale, LinkedIn, Meetup, Myspace, Pinterest, Posterous, Scribd, Slideshare, Socrata, Storify, Tumblr, Twitter, Ustream, Vimeo та Youtube [262].

Місія американської громадської дипломатії діє для підтримки досягнення цілей і завдань зовнішньої політики США, просуває національні інтереси і зміцнює національну безпеку. Це робиться шляхом інформування та здійснення впливу на іноземну громадськість шляхом розширення і зміцнення відносин між американським народом, урядом Сполучених Штатів і громадянами решти світу.

Громадська дипломатія включає в себе комунікацію з міжнародною аудиторією, програми культурного обміну, академічних грантів, професійних та освітніх обмінів. Місія громадської дипломатії включає в себе кілька напрямків, які забезпечують налагодження комунікацій з цільовими аудиторіями.

Бюро освіти і культури (The Bureau of Educational and Cultural Affairs) забезпечує підвищення взаєморозуміння між народом Сполучених Штатів і народами інших країн за допомогою освіти і культурного обміну, які допомагають у розвитку мирних відносин. Програми обміну залучають молодь, студентів, викладачів, художників, спортсменів, а також забезпечують зростання лідерів у Сполучених Штатах і більш ніж у 160 країнах. Бюро управляє безліччю інших ініціатив, які підтримують культурне взаєморозуміння, охорону культурної спадщини по всьому світу, а також надання освітніх ресурсів для людей, зацікавлених у вивченні американської культури та англійської мови [198]. У рамках діяльності Бюро реалізується ряд комунікаційних проектів та програм, серед яких можна визначити: Програму Фулбрайта (The Fulbright Program) [248], Міжнародну програму візитів лідерів (The International Visitor Leadership Program) [251], ОсвітаСША (EducationUSA) [211] та ін.

Бюро міжнародних інформаційних програм (State Department's Bureau of International Information Programs) забезпечує і підтримує зміст та інфраструктуру, необхідну для тривалої комунікації з зарубіжною аудиторією, що забезпечує зміцнення репутації Америки за кордоном.

Бюро підтримує як фізичні, так і віртуальні комунікативні майданчики, у тому числі понад 700 комунікаційних просторів по всьому світу. Активно використовує соціальні мережі, які нараховують (станом на 2014 р.) понад 12 мільйонів послідовників [199]. Організація спілкується з особами, які формують громадську думку в іноземних країнах через широкий спектр друкованих та електронних інформаційно-пропагандистських матеріалів, опублікованих англійською, арабською, китайською, французькою, перською,

російською та іспанською мовами. Забезпечує інформаційну роз'яснювальну підтримку американських посольств і консульств у більш ніж 140 країнах світу [186].

Проект «Digital Footprint» забезпечує безперервний пошук інформації на сайтах 450 посольств і консульств, а також сайтах Державного департаменту про політику США і роботу посольств, які щоденно відвідувало понад 405 000 користувачів (станом на 2014 р.). Підтримує активність посольств у соціальних мережах Facebook та Twitter, на аккаунти яких у 2013 році було підписано 12 мільйонів осіб на шести мовах [209].

Проект «American Spaces» забезпечує прихильність до США, задовольняючи основний принцип демократії: право громадянина на вільний доступ до інформації. Ресурс має понад 16 мільйонів відвідувань на рік. З більш ніж 700 офісів у 169 країнах по всьому світу «American Spaces» надає можливість відвідувачам підключатися до мережі Інтернет і дізнатися про Сполучені Штати. Офіси розміщуються в посольствах, школах, бібліотеках та інших установах-партнерах по всьому світу. «American Spaces», окрім надання інформації, є культурною платформою, відвідувачі можуть вивчити англійську мову, мають можливість потрапити на навчання до США.

Як багатофункціональна платформа, «American Spaces» сприяє відкритому діалогу, нейтралізує негативні упередження та будує мости взаєморозуміння [189].

Проект «PD Content» – це команда письменників, редакторів, дизайнерів та виробників відео, які монтують, друкують і виготовляють цифрові інформаційні продукти, що допомагають Посольствам США розпочинати і підтримувати комунікацію з зарубіжною аудиторією під час зустрічей. Матеріали містять контекст та інформацію за темами зовнішньої політики США в різних форматах. Аудиторія цього проекту досягає понад мільярд людей на рік. Значна частина цих документів, а також стенограм виступів Секретаря і Президента доступні в посольствах кількома мовами.

Станом на 2014 р. «PD Content» виробляв понад 125 видів відео-

продукції на рік. Крім того, відео-група самостійно знімає та поширює фільми із залучення глобальної аудиторії. У проект щороку долучається понад 650 спікерів, з числа відомих політиків, держслужбовців, авторів, новаторів, вчених, підприємців, журналістів і спортивних діячів, які комунікують безпосередньо з більш ніж 160 000 людьми у середині країни завдяки віртуальним подіям, на яких є можливість обговорити теми, що мають стратегічне значення [235].

Особлива увага у США приділяється власним медійним ресурсам, як одному із інструментів ефективного поширення знання про державу, її політику, формування необхідних цінностей та ідей, які відображають та закріплюють у цільових аудиторіях основні національні інтереси США. А головне, створюють мережу неформальної підтримки цим інтересам.

Канал «Голос Америки» («Voice of America», далі - VOA) виробляє популярні новини, інформаційні та культурні програми на 45 мовах і охоплює понад 164 мільйонів осіб у всьому світі. Випускає щотижня програми на телебаченні, радіо, веб-і мобільних платформах. Є найбільшою з мереж The Broadcasting Board of Governors, і покриває 80 відсотків від загальної міжнародної аудиторії ЗМІ в США. У країнах з жорсткою цензурою, наприклад, Ірані або Північній Кореї, «Голос Америки» часто є єдиним джерелом збалансованих новин та інформації про США, їх політику та народ. Канал забезпечує майданчик для відкритого обговорення, а також можливість поставити питання ньюсмейкерам і американським чиновникам.

Зі своєї штаб-квартири у Вашингтоні VOA випускає понад 70 телевізійних шоу, і понад 200 радіопрограм. Спрямовує одночасно сигнали через кілька супутникових мереж і короткохвильових, FM-і AM передавачі, що забезпечує широке покриття Голосу Америки, у т.ч. в гарячих точках по всьому світу. Також для донесення інформації активно використовуються власні веб-сайти, мобільні платформи і соціальні мережі [263].

Радіо Вільна Європа/Радіо Свобода (Radio Free Europe/Radio Liberty) охоплює аудиторію у 18 мільйонів слухачів на 28 мовах і в 21 країнах, у тому

числі в Ірані, Іраку, Афганістані, Пакистані, Україні і Росії. Журналісти допомагають багатьом людям отримати місцеві новини без цензури, створити майданчики для обговорення і відкритої дискусії. Програми зосереджуються на місцевих і регіональних подіях на територіях, де засоби масової інформації не є вільними або які намагаються позбавитися тоталітарного контролю, де уряд залякує ЗМІ, займається цензурою, створює економічні труднощі та інші загрози громадянському суспільству і демократії [239].

Радіо і ТБ Марті (Radio and TV Martí) забезпечує мовлення на Кубу. Марті є мультимедійним комунікаційним вузлом з новинами, інформацією та аналізом подій, які забезпечують населення Куби мовленням сім днів на тиждень через супутникове телебачення та коротких хвилях і А.М. радіо, а також через флеш-накопичувачі, електронні листи, DVD, і SMS тексти. У поєднанні з онлайн-платформою, martinoticias.com, канал є єдиним сервісом, який надає альтернативну інформацію для всіх кубинців [237].

Радіо Вільна Азія (Radio Free Asia) досягає своїх цільових аудиторій на дев'яти мовах в шести країнах, включаючи Китай, Північну Корею, М'янму, Камбоджу, Лаос та В'єтнам. Журналісти RFA забезпечують альтернативною інформацією без цензури, на основі фактів, отриманих від громадян цих країн [238].

Альхурра ТБ, Радіо Сава (Alhurra TV, Radio Sawa) працюють через Близькосхідну мережу радіомовлення, яка є некомерційною організацією в рамках гранту від ВВГ. Вона забезпечує Сполученим Штатам пряму комунікацію з мешканцями регіону. Це забезпечує подання необхідної інформації про Америку, американську політику та її народ з широким спектром поглядів, відкритого обміну думками з питань, що є важливими для аудиторії [188].

Британським урядом також реалізується низка масштабних інформаційно-комунікаційних проєктів, спрямованих на поширення політико-релевантної інформації про державу, через які йде трансляція національних інтересів. З-поміж них можна виділити:

Проект «Ласкаво просимо до Великої Британії» (Welcome to Great Britain). Проект націлений на поширення інформації про Великобританію з метою мотивування закордонної цільової аудиторії розпочати навчання або бізнес, відвідати країну як турист. На порталі проекту можна отримати вичерпану інформацію про культуру, історію Британії, умови відвідування країни та ведення бізнесу. Також можна дізнатися про роботу державних органів, податкову систему, освітні та трудові можливості [197].

Проект «Вироблено в Великобританії» («Make in the Great Britian») був запущений Департаментом бізнес інновацій та знання (Department for Business Innovation & Skills), його метою є перетворення застарілих поглядів та розвінчання міфів, що Великобританія «більше нічого не виробляє». З початку до реалізації проекту були залучені представники флагманів британського виробництва, які повинні були на промисловій виставці під час Олімпійських ігор у Лондоні демонструвати свої можливості. Після цієї події аналогічні виставки проводяться регулярно на базі Музею науки. На них британська промисловість демонструє свої успіхи та заохочує молодих людей до роботи в цій галузі [227].

У рамках реалізації громадської дипломатії в контексті дослідження заслуговує уваги діяльність Британської Ради (British Council). Рада відкриває міжнародні можливості для людей, що мешкають у Великобританії та інших країнах, створює довіру між ними по всьому світу. Вона працює на шести континентах та більш ніж 100 країнах світу. Основною метою Ради є популяризація та поширення знань про: англійську мову, мистецтво, освіту та суспільне життя Британії. Тисячі політиків, вчених, дослідників, митців, спортсменів, учених, учителів, підприємців налагоджують тісні зв'язки через Раду зі своїми колегами у Великобританії [246].

«Британська Рада розширює нові і відкриті способи взаємодії з всесвітнім співтовариством. Вона поширює велику кількість інформації про Організацію і її діяльність. Орієнтуючись на британські комунікаційні стандарти, Рада намагається зробити доступ до інформації легкодоступним, з

мінімальними незручностями і низькою вартістю. Важливо, щоб всі верстви суспільства могли отримати доступ до інформації про Раду, і ми будемо, наскільки це можливо, прагнути надавати інформацію через наш сайт. Де це можливо, ми будемо надавати інформацію в альтернативних форматах, у тому числі в друкованому вигляді, якщо про це попросять» [245].

Велика кількість інформації Британської Ради є на веб-сайті, при цьому вона поділяється по країнах (у деяких країнах існують адаптовані версії сайту для більш зручного і зрозумілого використання). Якщо немає можливості знайти інформацію, можна зробити на сайті запит та отримати необхідну інформацію з офісів організації [245].

Одним із ефективних інформаційних проектів Великобританії можна вважати станцію суспільного мовлення BBC, яка є провідним у світі суспільний мовником. Її місія полягає в збагаченні життя людей через програмами, які інформують, просвіщають та розважають [193].

Це лише незначна частина комунікаційних проектів та програм, які забезпечують просування інтересів Великобританії на світовій арені, формують її сприйняття серед цільових аудиторій та зміцнюють репутацію. Неформально просувають власні національні інтереси.

У контексті дослідження розглядаються комунікаційні проекти ЄС після 2006 р., а саме після прийняття Білої книги комунікаційної політики Європейської Комісії (White Paper on a European communication policy) [265].

Враховуючи активний розвиток інформаційно-телекомунікаційних систем та мереж у світі, Європейська комісія надавала особливу увагу поширенню інформації та налагодженню зворотного зв'язку зі своїми цільовими аудиторіями, впроваджуючи нові можливості.

Основною метою проекту «e-Commission 2006-2010» є перехід до електронного врядування для забезпечення ефективної комунікації та надання адміністративних послуг, як для мешканців Європейського Союзу, так і для нерезидентів. У цьому проекті об'єдналися найкращі практики, засновані на знаннях державного управління, які стали можливими завдяки проведеним

реформам. У рамках проекту «e-Commission 2006-2010» комунікація зі споживачами інформації організовується через веб-сайти (для пошуку та ознайомлення з інформацією) та спілкування з відповідальними особами, через різні сервіси (електронна пошта, чат та ін.) [210, с. 6].

Основною метою проекту «Communicating Europe in Partnership» було об'єднання різноманітних комунікаційних акцій та проектів (співпраця зі ЗМІ, робота власних веб-ресурсів, візуальні комунікації (логотипи, кольори та ін.), діяльність інформаційних центрів тощо), що реалізуються відомствами, організаціями та країнами-членами ЄС при просуванні та роз'ясненні політики Союзу на різних рівнях [203].

Крім того, цей проект повинен був розширити інформаційну присутність у європейському просторі через організацію національних дебатів з питань політики ЄС. Для залучення громадян до дискусії по Європі Комісія повинна була:

- розширити персонал, який відповідає за комунікацію на рівні держав-членів і регіональних відділень, просування європейських обговорень на національному рівні, організацію візитів уповноважених осіб та надання необхідної інформації журналістам;

- систематично оновлювати мережу Europe Direct, яка працює в 27 державах-членах, сприяти розширенню її географічного обхвату;

- координувати численну і різноманітну інформацію, надавати допомогу веб-мережам, які охоплюють Європу, наприклад, EURES (портал для пошуку роботи), SOLVIT (сайт із надання консультацій для громадян ЄС), Європейських інформаційних центрів та центрів інновацій;

- створити «Публічні європейські простори», що повинні були стати комунікаційними майданчиками для громадян, громадських організацій, політичних діячів і засобів масової інформації. У рамках їх діяльності акцент робився на проведення виставок, демонстрацію фільмів, проведення зустрічей, візитів делегацій, дискусії, дебатів та лекцій [203].

Проект приділяв особливу увагу створенню інформаційних мереж в

Інтернеті, неформальним форумам між членами Європейського парламенту, членами національних парламентів, журналістами та лідерами думок.

Засоби масової інформації та інформаційні служби також відіграють важливу роль у поширенні закодованих у різні інформаційні матеріали національні інтереси. Існує нагальна потреба у широкому покритті в ЗМІ тематик стосовно політики та справ в ЄС. Комісія допомагає інститутам громадянського суспільства, приватному та державному секторам створювати комунікаційні мережі (у першу чергу в Інтернеті), присвячені європейським справам та окремим напрямкам діяльності [203].

Проект «Communicating about Europe via the Internet - Engaging the citizens» був спрямований на розширення проекту «Communicating Europe in Partnership», який стосується підсилення можливостей мережі Інтернет. Комісією було запущена нова Інтернет-стратегія, яка охоплювала Інтернет-культуру та забезпечувала ефективні комунікації в он-лайн. У рамках проекту був оновлений сайт EUROPA і простимульований інтерес до інформації про ЄС на інших сайтах. На думку розробників проекту, він повинен був розширити дискусії про Європейський Союз та його політику в он-онлайн просторі [202].

Проект «The visual identity of the European Commission» був спрямований на створення єдиного візуального образу ЄС. Візуальна ідентичність дає Єврокомісії впізнаваний і цілісний образ, крім того вона забезпечує коректне використання фірмового стилю. Візуальна ідентичність будується навколо логотипу Європейської комісії, заснованої на двох ключових елементах: Європейському прапорі і графічному елементі, що відображає штаб-квартиру Європейської комісії [254].

Фірмовий стиль забезпечує повну інформацію про використання логотипу Європейської комісії та візуальної ідентичності для партнерських організацій та підрядників Європейської комісії [254]. Використовуючи елементи візуалізації, Єврокомісія прагне використовувати політико-образний простір для створення певних точок зв'язку з іншими формами передачі

інформації, через який проводиться трансляція інтересів політичної території мегарівня.

Програма «Rationalisation of the European Commission's public websites» забезпечувала створення сайтів, які були ключовим інструментом для інформування громадян та зацікавлених сторін про політику ЄС, законодавство, їх права на внутрішньому ринку, грантів, можливості працевлаштування і багато іншого. Крім того, діяльність в Інтернеті є дуже рентабельним, доступним і ефективним засобом комунікації, що особливо актуально у контексті політичної і фінансової кризи 2008-2010 рр.

Завданнями програми було забезпечення:

- швидкого і легкого пошуку інформації;
- послідовного онлайн-спілкування Європейської комісії з цільовими аудиторіями;
- спрощення інформації для пересічних людей, які намагаються зрозуміти, що робить Європейська комісія;
- заощадження ресурсів на комунікацію [215].

У рамках громадської дипломатії реалізується велика кількість проектів та програм, спрямованих на досягнення політичних, економічних та гуманітарних цілей, підвищення рівня поінформованості та довіри до ЄС. Не зважаючи на різність тематик цих дій, усі вони містять елементи інформаційно-комунікаційної політики.

Ініціатива «Центри ЄС» (European Union Centres). Основними завданнями Центрів є:

- сприяння глибшому розумінню ЄС, його інститутів і політики на глобальному рівні;
- поширення інформації про ЄС з питань, що становлять інтерес для регіональних громад;
- підвищення обізнаності про політичну, економічну і культурну важливість відносин між ЄС і різними країнами [216].

Центри ЄС реалізують свою діяльність у широкому діапазоні. Для виконання покладених на них завдань проводяться навчальні заходи (навчальні програми), дослідження тем, пов'язаних з ЄС, інформаційно-пропагандистська діяльність. Окрім діяльності в фізичному просторі, активно використовується мережа Інтернет. Створені і функціонують сайти національних Центрів, а також їх мереж [216].

В останні роки для просування інтересів ЄС, налагодження прямих зв'язків та формування капіталу лояльності особлива увага приділяється комунікаціям у соціальних мережах. Соціальні медіа відносяться до інтернет-технологій і методів, які використовуються для обміну думками та інформацією, сприяють обговоренню і налагодженню відносин. Вони використовують різні формати, включаючи тексти, зображення, аудіо та відео.

Європейська комісія активно використовує ці платформи, що дає змогу більш оперативніше та структуровано за цільовими аудиторіями доносити необхідні смисли. Цей вид комунікації є додатковим до основних, що відбуваються через більш традиційні канали, такі, як ЗМІ, публічна політика, дипломатична робота тощо [261].

Російська Федерація активно розвиває власний інформаційний простір, як зсередини держави, так і за її межами. Відповідно до нормативно-правових актів, що визначають компетенції інформаційної політики, перед державою стоїть завдання з закріплення статусу держави-лідера глобального рівня. Для досягнення цієї мети особлива роль відводиться інформаційній політиці. В контексті дослідження інтерес представляють інформаційно-комунікаційні проекти Російської Федерації, основною метою яких є формування та поширення знання про державу, забезпечення поширення та захист національних інтересів, як усередині країни, так і за її межами.

Одними із основних інформаційних проектів, які забезпечують доступ та поширення інформації про РФ, є офіційні сайти центральних органів влади, міністерств та відомств, органів виконавчої влади суб'єктів Російської Федерації та органів місцевого самоврядування. Згідно з законом РФ «Про

інформацію, інформаційні технології і про захист інформації» [169], який зобов'язує державні органи та органи місцевого самоврядування розміщувати у відкритому доступі всю інформацію, пов'язану із їх діяльністю, наявність веб-сайтів дає можливість отримати необхідно інформацію та на її основі прийняти ті чи інші рішення.

У контексті дослідження можна визначити кілька проектів, які підтримують реалізацію публічної політики, як одного з елементів інформаційного напрямку захисту національних інтересів: сайт Президента [120], сайт Уряду [119], Міністерства закордонних справ РФ [76], а також ресурси, які забезпечують доступ до інформації про державні програми [107].

У рамках реалізації громадської дипломатії можна визначити такі програми та проекти:

Фонд «Рускій мір» (Фонд «Русский Мир»). Метою Фонду є популяризація російської мови, що є національним надбанням Росії і важливим елементом російської та світової культури, підтримка програм з вивчення російської мови в Російській Федерації та за кордоном.

Основні завдання Фонду :

- сприяння поширенню об'єктивної інформації про сучасну Росію, російських співвітчизників і формування на цій основі сприятливої по відношенню до неї громадської думки;
- підтримка громадських і некомерційних організацій, професійних об'єднань, наукових та освітніх установ, предметом діяльності яких є дослідження і розробки методик викладання та програм вивчення російської мови і літератури, дослідження історії та сучасної Росії;
- підтримка національних і міжнародних організацій і об'єднань викладачів російської мови і літератури;
- співпраця з російськими, іноземними та міжнародними державними, громадськими, науковими, комерційними, некомерційними та благодійними організаціями, установами освіти та культури, іншими установами, організаціями та об'єднаннями, приватними особами у справі популяризації

російської мови і культури;

- підтримка діяльності російських діаспор за кордоном зі збереження їхньої культурної ідентичності та російської мови як засобу міжнаціонального спілкування, сприяння встановленню клімату міжнаціонального поваги та світу;

- підтримка експорту російських освітніх послуг;
- підтримка закордонних російськомовних і російських засобів масової інформації та інформаційних ресурсів, орієнтованих на досягнення мети Фонду [93].

Станом на 1 січня 2014 р. відкрито 95 центрів фонду у 43 країнах світу [97, с. 6], 136 кабінетів Фонду у 53 країнах світу [97, с. 32], реалізовано понад 1000 заходів [97, с. 11], підтримано 1318 грантів [97, с. 39]. Станом на 2016 р. створено 107 «Російських центрів» у 45 країнах світу [96, с. 35]. Загальна кількість Кабінетів «Руского міру» досягла 142 у 59 країнах [96, с. 44].

Фонд приділяє велику увагу інформаційному супроводу діяльності з підтримки і просування російської мови за кордоном, як одного із елементів національних інтересів держави. Найбільш помітним проектом у цій сфері є портал «Русский мир» - один з лідерів серед Інтернет-ресурсів, створених для співвітчизників. Протягом 2016 р. портал відвідали користувачі з 195 країн світу. Динаміка відвідуваності з 2008 по 2016 р. зросла з 200 тис. до 1,6 млн. унікальних відвідувачів [97, с. 47].

Агенція «Росспівробітництво» (Агентство «Россотрудничество») реалізує проекти, спрямовані на зміцнення міжнародних зв'язків, тісну співпраця в гуманітарній сфері і формування позитивного іміджу Росії за кордоном. Заходи, що проводяться, сприяють подоланню культурних бар'єрів, негативних стереотипів та інших перешкод на шляху до розвитку міжнародного співробітництва Росії. У 2014 р. Агенція була представлена в 77 країнах 59 російськими центрами науки та культури, 8 їх філіями (4 з яких в Індії) і 18 представниками у складі дипломатичних місій Російської Федерації [92]. Станом на вересень 2017 року вона представлена в 81 країні світу 96

представництвами: 72 центрами в 62 країнах, 24 представниками в складі посольств у 22 країнах. Географічно вона охоплює територію від Сполучених Штатів Америки до Японії і від Фінляндії до Аргентини.

Агенція займається підтримкою російської мови за кордоном. Веде активну роботу з просування російських освітніх послуг та розширення співробітництва між освітніми установами країн партнерів. Надається велика увага роботі з випускниками російських (радянських) вишів. Важливим напрямком діяльності є робота зі співвітчизниками за кордоном. Громадські організації співвітчизників активно взаємодіють з російськими центрами науки і культури, а також з російськими державними установами в реалізації програм гуманітарної спрямованості [92].

У російських центрах науки і культури проходять музичні фестивалі, кіноперегляди, художні та фотовиставки, організовуються виступи російських творчих колективів та відомих діячів мистецтва, працюють школи, клуби, студії, об'єднання за інтересами. Вони сприяють організаціям співвітчизників у проведенні комплексних заходів, присвячених Дню Росії (фестивалі «Велике російське слово», «Віват Росія!», «Російська пісня» тощо) та Дню Перемоги (міжнародна акція «Георгіївська стрічка»). За безпосередньої участі Агентства проводяться заходи в рамках перехресних років Росії та інших країн світу.

У цих умовах все більшу роль в інформаційній діяльності «Росспівробітництва» і його закордонних установ відіграє необхідність ознайомлення зарубіжної громадськості з зовнішньою політикою Росії, яка будується на основі багатопланової роботи як центрального апарату, так російських центрів науки і культури. В цих умовах значущу роль відіграє тісна взаємодія не тільки з органами державної влади, а й з міжнародними і російськими неурядовими організаціями, іншими інститутами громадянського суспільства, використовуючи потенціал та ініціативи у сфері громадської дипломатії [92].

У числі інформаційних партнерів «Росспівробітництва» – ІТАР-ТАРС (ІТАР-ТАСС), РІА «Новості» (РІА «Новости»), телеканали «Russia Today» і

ТВЦ, телекомпанія «МИР», радіостанція «Голос Росії» та інші провідні російські і численні зарубіжні російськомовні ЗМІ та видання співвітчизників [92].

Особлива увага приділяється організації та проведенню різних заходів, спрямованих на просування Росії та її територій, налагодження контактів з цільовими групами та донесення позиції держави з різних питань.

Петербурзький міжнародний економічний форум (Петербургский международный экономический форум). Це щорічна міжнародна економічна подія, яка проводиться з 1997 р. Ключова місія форуму – бути практичним інструментом для бізнесу, що дозволяє долати бар'єри, які розділяють Російську Федерацію та інші країни, як географічні, так й інформаційні. Форум дає можливість об'єднати зусилля представників бізнесу, науки і влади з метою сприяння інвестиційним проектам та розвитку актуальних економічних ідей.

Щорічно на форум приїжджають глави держав і урядів, керівники парламентів, лідери міжнародних організацій, представники політичної та бізнес-еліти десятків країн [102].

Валдайський міжнародний дискусійний клуб (The Valdai International Discussion Club) – це місце зустрічі провідних російських і міжнародних експертів з історії, політики, економіки та міжнародних відносин. Місія клубу полягає у формуванні глобального діалогу про Росію і забезпечення незалежного, неупередженого, наукового аналізу політичних, економічних і соціальних процесів, які відбуваються у державі та світі.

З моменту створення клубу в його конференціях взяли участь понад 600 представників міжнародної наукової спільноти з більш ніж 50 країн. Валдай визнається як у Росії, так і за кордоном за його прихильність до інтелектуальної діяльності [253].

Вражає ширина та глибина інформаційно-комунікаційної інфраструктури, через яку йде наповнення власного та зовнішніх інформаційно-сміслового просторів. Як зазначено в аналітичній доповіді

Національного інституту стратегічних досліджень «Інформаційні виклики гібридної війни: контент, канали, механізми протидії» агресивного інформаційно-психологічного впливу зазнало не тільки українське суспільство, громадяни країн пострадянського простору, а й, не в останню чергу, населення США, країн ЄС [54].

Державна інформаційна агенція «ІТАР-ТАРС» – провідна інформаційна агенція РФ, яка має 100 років діяльності у світовому інформаційному просторі. Інформаційні продукти ІТАР-ТАРС отримують понад 5 тисяч корпоративних клієнтів у Росії і за кордоном, у тому числі понад 1000 ЗМІ, 200 диппредставництв, понад 250 фінансових компаній і банків, 2000 промислових підприємств, наукових і навчальних закладів, бібліотек [147].

ІТАР-ТАРС володіє кореспондентською мережею, що не має аналогів серед російських інформагентств. 68 зарубіжних представництв у 63 країнах світу і 70 регіональних центрів та корпунктів у РФ дозволяють агентству оперативно отримувати інформацію з будь-якої точки земної кулі. Понад 1500 «тарсовців» у режимі реального часу створюють картину подій, що відбуваються на планеті.

Сьогодні агенція випускає понад 200 інформаційних продуктів про політичне, економічне, суспільне, культурне і спортивне життя країни та світу на 6 мовах: російській, англійській, французькій, німецькій, іспанській та арабською. Щодобовий обсяг інформації, переданої агентством, складає 300 повноформатних газетних смуг [147].

Міжнародне інформаційне агентство «Росія сьогодні» (до 2013 р. «РІА «Новості») – це мультимедійне міжнародне інформаційне агентство, метою якого є подання оперативної, зваженої і об'єктивної інформації про події у світі, інформування міжнародної аудиторії про російський погляд на ситуацію.

У 2014 р. кореспондентська мережа «Росії сьогодні» нараховувала понад 40 представництв по всьому світу. Агентство «Росія сьогодні»

розширює свою кореспондентську мережу за кордоном. Планувалося створення 12 новинних корпунктів по всьому світу. Такі редакційні центри плануються у Вашингтоні, Лондоні, Парижі, Берліні, Буенос-Айресі, Стамбулі, Дубаї, Делі, Пекіні, Північній Європі.

Радіомовлення агентства ведеться багатьма мовами, включаючи російську, англійську, німецьку, французьку, португальську, сербську, польську, іспанську, дарі, арабську, турецьку, китайську, хінді, пушту, перську, курдську, японську, урду. Крім того, будуть відкриті редакційні центри з мовленням на титульних мовах в Узбекистані, Таджикистані, Киргизії, Казахстані, Вірменії, Азербайджані, Естонії, Латвії, Литві, Білорусії, Молдові, Україні [75].

Телевізійна мережа RT (Russia Today, далі - RT) – це три цілодобові інформаційні телеканали, що віщають з Москви більш ніж у 100 країнах світу англійською, арабською та іспанською мовами; телеканали RT America і RT UK, виходять в ефір з власних студій у Вашингтоні та Лондоні, документальний канал RTД – російською та англійською мовами, а також глобальне новинне відеоагентство RUPTLY, що пропонує ексклюзивні матеріали телеканалам усього світу. RT цілодобово доступний вже 700 мільйонам глядачів по всьому світу. У 2014 р. RT запустив інформаційний портал німецькою, а в 2015 р. - французькою мовою.

Згідно з телевізійними вимірами, які провела міжнародна дослідницька компанія Ipsos у 38 країнах світу в серпні-листопаді 2015 р., 70 мільйонів людей дивляться RT щотижня, при цьому половина з них – 35 мільйонів – роблять це щодня. Понад 36 мільйонів осіб дивляться RT у 10 європейських країнах щотижня, де, за результатами дослідження, RT увійшов до п'ятірки найбільших панрегіональних новинних каналів. RT також у п'ятірці найпопулярніших міжнародних новинних каналів в США, а його аудиторія перевищує 8 мільйонів глядачів на тиждень.

RT – найпопулярніший новинний телеканал у світі на відеохостингу YouTube. У 2013 р. RT став першим новинним телеканалом, який подолав

позначку в мільярд переглядів на YouTube. Сьогодні загальна кількість переглядів на всіх акаунтах RT перевищує 5 мільярдів. За кількістю переглядів RT майже в п'ять разів випереджає новинні канали BBC і більш ніж в два з половиною рази - панарабський канал Al Jazeera. RT також залишив позаду CNN і Euronews, випередивши їх майже в два і три рази відповідно.

RT лідер серед неанглосаксонських новинних телеканалів по онлайн-аудиторії, згідно з інформацією Comscore. Онлайн-аудиторія RT (трафік з ПК, мобільних пристроїв; YouTube) впритул наблизилася до позначки в 50 мільйонів унікальних користувачів на місяць. За показником інтернет-трафіку з персональних комп'ютерів випередив великі міжнародні ЗМІ, такі, як Al Jazeera, Deutsche Welle, Voice of America, Euronews, France 24 і японський NHK. При цьому загальна кількість відвідувань сайтів групи RT.com перевищує 127 мільйонів, за даними Similar Web [240].

Наприкінці 2014 р. було запущено інтернет-портал «Sputnik», який використовує інформаційний потік телеканалу RT, що значно збільшує можливості доступу до інформації, яку створює та поширює RT [54, с. 62].

Інтернет-портал «Sputnik» є інтерактивним майданчиком, що надає можливість підключення інтернет-радіостанції «Sputnik», а також можливість інтернет-доступу до телеканалів RT. Мовлення здійснюється 45 мовами. Пріоритет надається США, Канаді, Західній Європі, Китаю, Індії, Латинській Америці, Японії, країнам Близького Сходу. Основна концепція нової інформагенції «Sputnik» – утримання користувача інтернету в своєму інформаційному полі [54, с. 61].

В євроатлантичному інформаційному просторі досить впевнено себе почуває напівдержавний засіб масової комунікації - ВАТ «Перший канал». Цільова аудиторія – пересічні європейські та американські громадяни, зокрема, й представники останніх хвиль еміграції з СРСР. Характерно, що досить висока якість контенту, створеного у РФ, дає змогу утримувати широку аудиторію (близько 250 млн осіб) як у Німеччині, США, Канаді, так і

в Ізраїлі, Швеції, Фінляндії, Франції, Італії та Іспанії, особливо у країнах Балтії та Білорусі, враховуючи найвищий процент вихідців із СРСР [54, с. 62].

З метою посилення можливостей впливу ЗМІ РФ на ефективність сприйняття інформації широкими верствами населення різних країн активно залучаються різні аналітичні центри. Зокрема, упродовж 2014 р. інформагенція «РІА-Новості», інформвидання Lenta.ru, RT, та ін. неодноразово замовляли дослідження в аналітичному центрі «Brand Analytics», створеного на базі однієї з провідних російських ІТ-компаній [54, с. 61-62].

У 2015 р. у новій редакції бюджету російської федеральної програми «Інформаційне суспільство» було передбачено збільшення бюджетного фінансування інформаційних заходів на 44,7 млрд. руб. Одержувачами цих грошей є саме телеканал RT та Міжнародна інформаційна агенція «Росія сьогодні». Бюджет компанії у 2015 р. було збільшено на 41%. Особливо показовим є те, що 23 млрд. руб. буде спрямовано на «захист національних інтересів» [54, с. 62].

У 2016 р. влада РФ виділила з бюджету майже 61 млрд. руб. (914 млн. доларів США) на підтримку ЗМІ. Найдорожче бюджету обходяться медіа-групи ВДТРК: тільки субсидія на забезпечення їх роботи і виробництво програм у 2016 р. становить 21,8 млрд. руб. На другому місці Russia Today (17,5 млрд. рублів). Також держава оплачує діяльність інформагенції ТАРС, «Російської газети», телеканалу «Громадське російське телебачення» та інших. Телерадіокомпанія «Зірка» і «Парламентська газета» є винятками: їх роботу оплачує не «Роспечать», а Рада Федерації і Міноборони відповідно. У 2016 р. Міноборони скоротило витрати на «Зірку» вдвічі, витративши 1 млрд. рублів проти 2 млрд. у 2015 р. [82].

Достатньо активно національні інтереси Російської Федерації просуваються в соціальних мережах. Окрім офіційних акаунтів державних структур і посадових осіб, які транслюють офіційну позицію, існує велика кількість сторінок та груп, метою яких є створення певного інформаційного

фону та залучення великої кількості людей до обговорень тих чи інших тем, в яких заковані інтереси Російської Федерації. Наразі важко оцінити масштаби та обсяги неформальних каналів поширення інформації. Однак, деякі дослідження свідчать про те, що глибина, ширина та висота використання неформальних каналів комунікації мають безпрецедентні масштаби.

Аналіз діяльності вищезазначених держав та наддержавних організацій свідчать про те, що в інформаційно-комунікаційній сфері вони використовують спільний інструментарій. Однак, спостерігаються різні концептуальні підходи до формування інформаційного напрямку політики захисту національних інтересів.

США, Великобританія, ЄС та НАТО орієнтуються на горизонтальну інформаційно-комунікаційну взаємодію між структурними елементами політичної системи. Її метою є створення розгалуженої мережі учасників процесу, які можуть самостійно протидіяти загрозам та забезпечувати реалізацію політики захисту національних інтересів на місцях.

Залучення максимального кола зацікавлених сторін до вироблення та реалізації політики забезпечує не лише розуміння базових параметрів національних інтересів, а й участь у їх формуванні. Однією із особливостей такого підходу є стратегічна пріоритетність створення горизонтальних каналів комунікації на різних рівнях. Це забезпечує адаптацію інформаційної політики до потреб цільових аудиторій та більш гнучку реакцію на інформаційно-комунікаційні впливи. Досягнення компромісу та узгодженості інтересів центру прийняття рішень (далі – Центр) і базових елементів системи дозволяє зменшити рівень впливу деструктивних факторів на життєдіяльність всієї системи, а також мати можливість рівнозначної відповіді на загрози, як з боку «центру», так і елементів системи.

Участь Центру зосереджена на виробленні стратегічних наративів, наданні методичних рекомендацій та допомоги у разі унеможливлення самостійного вирішення проблем елементами системи у зонах своєї

відповідальності. Роль громадянського суспільства та місцевих органів влади зводиться до реалізації інформаційного напрямку політики захисту національних інтересів на локальному рівні у межах делегованих Центром повноважень. Враховуючи той факт, що інформаційно-комунікаційні впливи відбуваються, у більшості випадків, саме на цьому рівні, локальні структури повинні самостійно відбивати атаки та впливати на внутрішні і зовнішні аудиторії з метою захисту національних інтересів у межах своїх компетенцій.

Елементи системи, на які йде вплив, можуть контактувати з іншими елементами в обхід центру системи, утворювати тактичні зв'язки між собою. Це дає можливість попереджати потенційно уразливі сектори про можливі атаки та надавати оперативну інформацію «центру» про наявність загроз, їх джерело та вжиті заходи. Так само «центр» передає сигнали про можливі наслідки впливів, які були спрямовані на нього та інші сектори, де базові елементи не пересікаються. У разі унеможливлення вирішення проблем самостійно, елементи системи можуть звертатися до центру системи за допомогою.

Умовно таку модель можна назвати – субсидіарною моделлю інформаційного напрямку політики захисту національних інтересів держави (Рис. 2.1). Під субсидіарністю розуміється максимальне делегування повноважень у сфері захисту національних інтересів місцевим органам влади і інститутам громадянського суспільства, їх пряма участь у виробленні регіональної та національної політики.

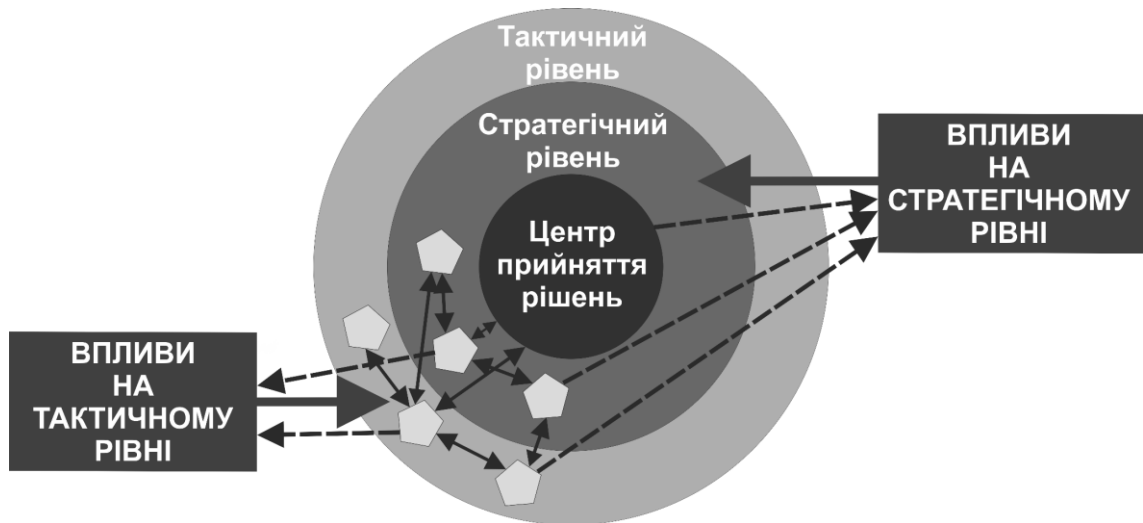


Рис. 2.1 Субсидіарна модель інформаційного напрямку політики захисту національних інтересів держави*

Російська Федерація орієнтована на створення чіткої вертикалі вироблення та реалізації інформаційного напрямку політики захисту національних інтересів. Участь широкого кола зацікавлених осіб у її розробці та реалізації обмежена. Таку модель умовно можна назвати – вертикальною (Рис. 2.2).

Базовими структурними елементами системи є уряд, міністерства та відомства, підконтрольні владі ЗМІ, інститути громадянського суспільства, які виконують порядок денний, розроблений Центром. Потужний контроль над інформаційною інфраструктурою (контроль над Інтернетом, соціальними мережами, засобами масової інформації тощо) створює умови для унеможливлення просування альтернативних думок та інформації. Зовнішні впливи блокуються та нівелюються через систему цензури, розгалужені мережі «тролів» та професійних «коментаторів».

Громадська думка (настрої, інформаційно-комунікаційні потреби, очікування і страхи населення) використовується для створення повністю підконтрольних та керованих ними владою політико-образного і політико-сміслового просторів, які не сприйматимуть жодної альтернативи.

* Складено автором

Особливістю такого підходу є конструювання безособистісного образу держави як колективного симулякра, що нівелює врахування істинних інтересів більшості зацікавлених груп.

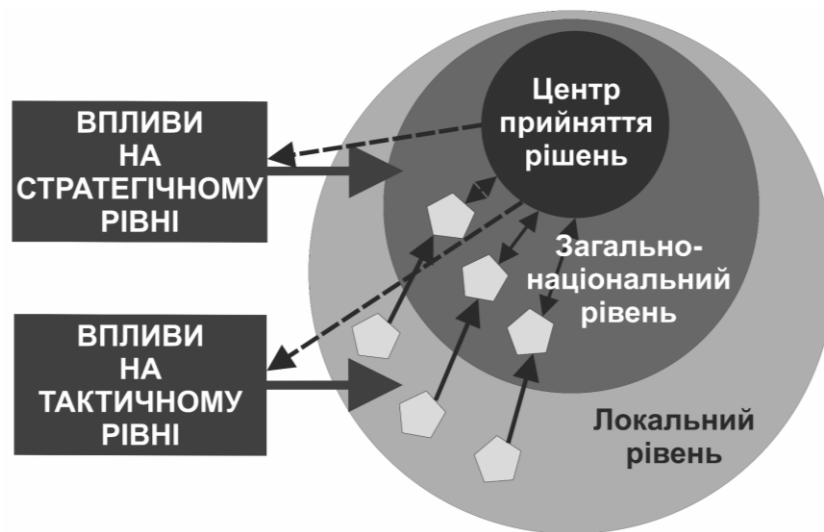


Рис. 2.2 Вертикальна модель інформаційного напрямку політики захисту національних інтересів держави*

За таких умов зовнішні впливи мінімальні, але при руйнуванні базових елементів та Центру системи, руйнується вся система. Основна причина полягає в тому, що низові елементи не можуть самостійно приймати рішення щодо захисту системи, бо на це не мають достатніх повноважень. Це не забезпечує міцного фундаменту, який може витримати системні збої та зберегти систему від руйнування. При довготривалому використанні такої моделі елементи системи атрофуються і нездатні адекватно реагувати на виклики без санкції Центру.

Висновки до розділу 2

Враховуючи ефективність інформаційно-комунікаційного впливу на об'єкти, які представляють інтерес (окремі держави та їх об'єднання і населення), держави-нації продовжать працювати та нарощувати інтелектуально-технологічний потенціал інформаційного напрямку захисту

* Складено автором

своїх національних інтересів.

Аналіз нормативно-правових засад формування та реалізації інформаційно-комунікаційної політики таких країн, як США, Великобританія та і наддержавних організацій – ЄС та НАТО, свідчить про зміни парадигми у виробленні та реалізації інформаційної політики під впливом та в умовах нелінійних процесів.

Парадигмальні зміни переорієнтуються на врахування інтересів та потреб цільових аудиторій, диверсифікацію каналів та механізмів розповсюдження смислів (стратегічних наративів) в інформаційному просторі від вертикальної до горизонтальної взаємодії, як з внутрішніми, так і зовнішніми аудиторіями. Акценти зміщуються на залучення широкого кола зацікавлених сторін до реалізації інформаційної політики, делегування повноважень (від центру до периферії) зі збереженням основних параметрів політики, які закладені державними структурами (відповідність до стратегічних цілей та завдань, націленість на збереження стабільності політичної системи тощо).

На інституційному рівні розглянуті держави та їх об'єднання мають спільну структуру. Головними компонентами є: державні органи влади (керівництво держави (президент чи прем'єр-міністр), уряд, міністерства та відомства), органи місцевого самоврядування, інститути громадянського суспільства, академічна спільнота, бізнес-спільнота, засоби масової інформації. Це також стосується і механізмів реалізації інформаційного напрямку політики захисту національних інтересів. Серед основних інструментів, які є спільними для будь-якої держави, виділяються: публічна політика (public affairs), публічна дипломатія (public diplomacy), у т.ч. громадська дипломатія, взаємодія з засобами масової інформації (mass media relations), нові медіа (new media), спеціальні заходи (events), державно-приватне партнерство (public-private partnerships).

Незважаючи на спільні цілі, інституційну структуру та механізми реалізації цього напрямку, існує принципова відмінність у формах та

принципах побудови інформаційно-комунікаційної політики держав світу, а також у реакції на інформаційні загрози. Було виділено два типи моделей – субсидіарна та вертикальна.

Субсидіарна модель (США, Великобританія, ЄС та НАТО) орієнтована на роботу із цільовими аудиторіями, формування капіталу лояльності та довіри, максимальній відповідності політичних дій до меседжів, які поширюються. Також принциповою відмінністю є делегування повноважень від центру прийняття рішень до окремих елементів політичних систем, що відображається у максимальному залученні широкого кола громадськості до вироблення та реалізації політики. Це забезпечує включеність різних зацікавлених груп, а як наслідок - співвідповідальність за політичні наслідки. Такий підхід у перспективі матиме можливість більш гнучко реагувати на сучасні нелінійні загрози та приймати адекватні поточній ситуації рішення.

Вертикальна модель (Російська Федерація), навпаки, орієнтована на вироблення та реалізацію інформаційної політики «зверху» до «низу», на тотальний контроль за інформаційною інфраструктурою, максимальне обмеження включення своїх громадян до участі у політиці. Роль громадянського суспільства зводиться до схвалення запропонованого «центром» порядку денного та шляхів його реалізації.

Сильною стороною вертикальної моделі є швидкість прийняття рішень та їх виконання на всіх рівнях. Це дозволяє активно маніпулювати масовою свідомістю, отримуючи політичні дивіденди. Однак, у разі втрати контролю над інформаційною інфраструктурою та появи альтернативних джерел інформації, вся модель може зазнати руйнування.

Субсидіарна модель в умовах зміни сутності та змістовного наповнення класичного розуміння «держави-нації» буде більш конкурентоспроможною, бо вона орієнтована на врахування інтересів окремого індивіда та їх груп, які у сучасних умовах є базовими одиницями держави.

РОЗДІЛ 3

ІНФОРМАЦІЙНИЙ НАПРЯМ ПОЛІТИКИ ЗАХИСТУ НАЦІОНАЛЬНИХ ІНТЕРЕСІВ УКРАЇНИ

Розвиток інформаційного напрямку політики захисту національних інтересів України відзначається своєю активністю та непередбачуваністю. До подій 2013-2014 рр. інформаційний напрям виконував функцію обслуговування та просування інтересів окремих політичних сил та груп впливу. Використання застарілих підходів до формування та реалізації інформаційної політики спричинили руйнівні наслідки. Безвідповідальне ставлення до захисту національних інтересів держави у політико-образному та політико-смісловому просторах сприяли втраті частини своєї території, високому рівню недовіри до державних органів влади, нерозумінню сутності, цілей і завдань держави. Військова агресія з боку Російської Федерації, пряма загроза існуванню державності, сприяли переосмисленню ролі та місця інформаційного напрямку у забезпеченні захисту національних інтересів. Під впливом об'єктивних факторів Україна визначила одним із пріоритетів захисту національних інтересів, на рівні із силовими інструментами, інформаційно-комунікаційний напрям.

В умовах нелінійних політичних процесів спостерігається зміна парадигми та переосмислення інформаційного напрямку політики-захисту національних інтересів, активний пошук оптимальної моделі, яка б відповідала сучасним потребам України.

3.1. Політико-правові засади інформаційного напрямку захисту національних інтересів України.

Український дослідник у сфері державного управління В. Дрешпак виділяє п'ять етапів формування національної політики у сфері інформаційно-комунікаційної діяльності. Перший період (з 1991 по 1994 рр.) характеризується процесами формування правових основ регулювання

інформаційної сфери України, визначенням основних напрямів державної інформаційної політики, певним плюралізмом суб'єктів її здійснення, виникненням і подоланням проблем перехідного етапу, інтенсивним розвитком інформаційного простору держави, у першу чергу, сфери масових комунікацій [37, с. 43].

Другий період (з 1995 по 1999 рр.) визначався процесами конституційного унормування основоположних принципів у сфері інформації та свободи слова, прийняттям нових законів, що регулюють найрізноманітніші аспекти інформаційних відносин та поправок до раніше прийнятих законів, створенням нових державних органів, як-то: Національна рада України з питань телебачення і радіомовлення, Міністерство інформації (з подальшими реорганізаціями до Державного комітету інформаційної політики, телебачення та радіомовлення України), якісними змінами в інформаційному просторі держави за рахунок суттєвого зростання впливу недержавних ЗМІ та інтенсивним розширенням сфери застосування нових інформаційно-комунікаційних технологій [37, с. 43].

Третій (з 2000 по 2004 рр.) характеризується спробами уніфікувати нормативно-правову базу у сфері інформаційних відносин та конкретизувати напрями і завдання інформаційної політики України. В умовах звуження державного сектору масових комунікацій держава намагається сприяти діяльності державних та комунальних ЗМІ, насамперед у регіонах, відбувається розширення сфери застосування інформаційно-комунікаційних технологій, починається формування електронного уряду [38, с. 4-5].

Четвертий (з 2005 по 2010 рр.) визначився суттєвим зниженням темпів законотворчості, відсутністю кардинальних змін у системі управління галузями інформаційної сфери, намаганнями лібералізувати комунікативну політику органів публічної влади у сфері ЗМІ, інтенсивною роботою з визначення основних напрямів і формуванням основ розвитку інформаційного суспільства. Переважна увага приділяється питанням розвитку інформаційного суспільства. Прийнятий Закон України «Про основні засади

розвитку інформаційного суспільства в Україні на 2007-2015 роки» (2007 р.) [46], затверджено Доктрину інформаційної безпеки [38, с. 7-8].

П'ятий період (з 2011 по 2015 рр.) характеризується насамперед процесами модернізації інформаційної сфери загалом, що вимагало постійного вдосконалення її правового врегулювання та змін управління у її галузі [37, с. 10]. Коли оформлювався п'ятий етап, В. Дрешпаком не були враховані системні трансформації в Україні, які відбулися з березня 2014 року. На думку автора, необхідно скоротити термін п'ятого етапу до січня 2014 року. Доцільним є доповнення шостим етапом (лютий 2014 року по теперішній час). Під впливом агресії з боку Російської Федерації він визначається зміною сутності, ролі та місця інформаційно-комунікаційної політики, виведення її на рівень стратегічних пріоритетів захисту та просування національних інтересів України.

Базові принципи функціонування інформаційного напряму політики захисту національних інтересів України закладено в Законі України «Про основи національної безпеки України (2003 р.) [45], «Стратегії національної безпеки України «Україна у світі, що змінюється» (2007 р.) [160], «Основних засадах розвитку інформаційного суспільства в Україні на 2007-2015 роки» (2007 р.) [47], «Доктрині інформаційної безпеки України» (2009 р.) [158] та ЗУ «Про засади внутрішньої і зовнішньої політики» [46].

У Законі України «Про основи національної безпеки України» закладені базові параметри категорії «національні інтереси». Під ними розуміються життєво важливі матеріальні, інтелектуальні і духовні цінності Українського народу як носія суверенітету і єдиного джерела влади в Україні, визначальні потреби суспільства і держави, реалізація яких гарантує державний суверенітет України та її прогресивний розвиток [45]. Слід зауважити, що у нормативно-правових документах, які будуть розглядатися нижче, це трактування матиме ключовий характер та закладатиме основний зміст категорії «національні інтереси».

У Стратегії національної безпеки «Україна у світі, що змінюється» (2007 р.) окреслюються загальні виклики та загрози національним інтересам, у т.ч. інформаційним, з якими Україна стикається. У документі вказано, що «на тлі посилення загроз зростання нестабільності у світі поступають нові виклики міжнародній безпеці у сировинній, енергетичній, фінансовій, інформаційній, екологічній, продовольчій сферах [160]. Різновекторні геополітичні впливи на Україну в умовах неефективності гарантій її безпеки, «заморожених» конфліктів біля її кордонів, а також критична зовнішня залежність національної економіки обумовлюють уразливість України, послаблюють її роль на міжнародній арені та виштовхують на периферію світової політики, у «сіру зону безпеки» [160]. Окреслене проблемно поле вказує на те, що у середині 2000-х років в Україні відсутня чітка політика щодо позиціонування себе та своїх інтересів як у зовнішньому, так і у внутрішньому політичному просторах. Одним із завдань національної безпеки того періоду є «формування безпечного міжнародного середовища, сприятливого для реалізації національних інтересів України, її утвердження як впливової регіональної держави, зростання впливу у глобальному світі».

Події, які відбувалися того часу, наприклад «перша газова війна» з боку РФ (2006 р.), яка супроводжувалася потужною інформаційною кампанією з дискредитації України як надійного газового партнера [30], засвідчили, що наша країна не була готова до спротиву в політико-образному та політико-смісловому просторах відстоювати власні інтереси. Розуміння потужності інформаційних впливів на ситуацію в країні, її дискредитацію в очах партнерів знайшло відображення у Стратегії. Неефективна реакція на події грудня 2006 року, перекриття національного політико-образного та політико-сміслового просторів російським продемонстрували слабкість усієї системи. У Стратегії зазначено, що «нездатністю України протистояти новітнім викликам національній безпеці (явищам і тенденціям, що можуть за певних умов перетворитися на загрози національним інтересам), пов'язаним із застосуванням інформаційних технологій в умовах глобалізації» [160].

У контексті інформаційного напрямку політики захисту національних інтересів України ключовим завданням політики національної безпеки у внутрішній сфері було «створення сприятливих умов для зміцнення єдності українського суспільства на основі демократичних цінностей, запобігання поширенню пропаганди екстремізму, насильства, ксенофобії, релігійної нетерпимості, моральній розбещеності.

Забезпечення інформаційної безпеки через стимулювання впровадження новітніх інформаційних технологій і виробництва конкурентоспроможного національного інформаційного продукту, зокрема сучасних засобів і систем захисту інформаційних ресурсів, забезпечення безпеки інформаційно-телекомунікаційних систем, що функціонують в інтересах управління державою; забезпечують потреби оборони та безпеки держави та інших сфер економіки, систем управління об'єктами критичної інфраструктури; розробка та впровадження національних стандартів і технічних регламентів застосування інформаційно-комунікаційних технологій, гармонізованих із відповідними стандартами держав - членів ЄС» [160]. Реалізація Стратегії передбачалась через «інформування суспільства про діяльність органів державної влади у сфері національної безпеки» [160], які були оформлені окремими Програмами (ці програми буде детально розглянуто у підрозділі 3.2.).

Більш детально інформаційно-комунікаційні впливи на національну безпеку України розкриті у Доктрині інформаційної безпеки України (2009 р.). У цьому документі вказано, що «інформаційна складова набуває дедалі більшої ваги і стає одним із найважливіших елементів забезпечення національної безпеки». Серед життєво важливих інтересів в інформаційній сфері для особи виділена захищеність від негативного інформаційно-психологічного впливу; для суспільства – збереження і примноження духовних, культурних і моральних цінностей українського народу; для держави – недопущення інформаційної залежності, інформаційної блокади України, інформаційної експансії з боку інших держав та міжнародних

структур; ефективна взаємодія органів державної влади та інститутів громадянського суспільства при формуванні, реалізації та коригування державної політики в інформаційній сфері; формування позитивного іміджу України; інтеграція країни у світовий інформаційний простір [158].

Серед реальних та потенційних загроз інформаційній безпеці, які логічно вписуються у тему дослідження, визначено: «передумови для маніпулювання суспільною свідомістю; негативні інформаційні впливи, у т.ч. із застосуванням спеціальних засобів, на індивідуальну та суспільну свідомість; поширення суб'єктами інформаційної діяльності викривленої, недостовірної та упередженої інформації» [158]. Також виділені елементи, які безпосередньо забезпечують цілісність територіального бренду у межах конкретної країни – «витіснення з інформаційного простору та молодіжної культури українських мистецьких творів, народних традицій і форм дозвілля; послаблення суспільно-політичної, міжетнічної та міжконфесійної єдності суспільства; відставання рівня розвитку українського кінематографа, книговидавництва, книгорозповсюдження та бібліотечної справи від рівня розвинутих держав».

Пріоритетними напрямками державної політики в інформаційно-комунікаційній сфері визначено інформаційно-психологічну діяльність. Вона повинна була спрямуватися на створення сприятливого психологічного клімату в національному інформаційному просторі [158], який повинен забезпечити єдність та високій рівень довіри до держави.

Серед заходів, які забезпечують інформаційний напрям політики захисту національних інтересів України, пріоритетними у зовнішньополітичній діяльності було визначено: вдосконалення інформаційного супроводу державної політики, діяльності українських громадських організацій та суб'єктів підприємницької діяльності за кордоном; організаційно-технічне, інформаційне та ресурсне сприяння держави вітчизняним засобам масової інформації, що формують у світовому інформаційному просторі позитивний імідж України; посилення

інформаційно-просвітницької діяльності серед населення щодо забезпечення національної безпеки України в разі повноправного її партнерства з державами - членами ЄС та НАТО; інтеграція в міжнародні інформаційно-телекомунікаційні системи та організації на засадах рівноправності, економічної доцільності та збереження інформаційного суверенітету; гарантування своєчасного виявлення зовнішніх загроз національному інформаційному суверенітету та їх нейтралізації. У сфері державної безпеки – залучення ЗМІ до забезпечення неухильного додержання конституційних прав і свобод людини і громадянина, захисту конституційного устрою, вдосконалення системи політичної влади з метою зміцнення демократії, духовних та моральних засад суспільства; підвищення ефективності функціонування органів державної влади; підвищення конкурентоспроможності вітчизняної інформаційної продукції та інформаційних послуг [158].

У внутрішньополітичній сфері передбачалося створення дієвої та прозорої системи громадського контролю за діяльністю органів державної влади і органів місцевого самоврядування, громадсько-політичних структур, зокрема через створення системи Суспільного телебачення і радіомовлення України; покращення взаємодії органів державної влади з громадськими організаціями у сфері боротьби з виявами обмеження конституційних прав і свобод людини і громадянина та маніпулювання масовою свідомістю.

У соціальній та гуманітарній сферах передбачалися формування та реалізація державної політики національного духовного та культурного відродження, яка відповідає інтересам Українського народу і визначає чіткі критерії і пріоритети формування інформаційної політики в соціальній сфері; запобігання монополізації національного інформаційного простору [158]; вдосконалення законодавчого регулювання діяльності засобів масової інформації, зокрема з метою підтримки діяльності, спрямованої на формування оптимістичної морально-психологічної атмосфери в суспільстві, популяризації національних культурних цінностей, сприяння соціальній

стабільності і злагоді; державна підтримка вітчизняного виробника інформаційної продукції [158].

Аналіз двох документів, які закладають базові принципи інформаційного напрямку політики захисту національних інтересів, свідчить про формальний підхід щодо визначення його ролі та місця у Стратегіях функціонування України.

Події, які відбулися в Україні (листопад 2013 – лютий 2014 рр. (Революція Гідності, анексія Російською Федерацією АР Крим (березень 2014 року), т.з. «Русская весна» (березень – травень 2014 р.), військова агресія РФ проти України (активна фаза (квітень – серпень 2014 р.)) примусили українську владу переглянути всі стратегічні документи, у яких йдеться про національні інтереси. Реалізація агресивної політики РФ, у т.ч. інформаційно-комунікаційної, сприяли переосмисленню ролі та місця інформаційного напрямку політики захисту національних інтересів, виведення його на один рівень з силовими інструментами захисту державного суверенітету та інтересів. Протягом 2014-2016 рр. велась активна робота з вироблення та прийняття нових стратегічних документів щодо забезпечення національної, інформаційної безпеки, просування і захисту національних інтересів. Знаковими документами, які закріплюють інформаційний напрямок як один зі стратегічних пріоритетів, є Стратегія сталого розвитку «Україна – 2020» (12 січня 2015 р.) [159], нові Стратегія національної безпеки (26 травня 2015 р.) [163] та Доктрина інформаційної безпеки (25 лютого 2017 р.) [156].

Уперше в офіційних документах мова прямо йде про важливість інформаційно-комунікаційної діяльності, яка виокремлена в окремі стратегічні пріоритети та напрямки роботи на державному рівні. У порівнянні з попередніми документами, комунікативна діяльність держави була визначена як додатковий інструмент реалізації стратегічних напрямків. Позитивними зрушеннями є закріплення міжсекторальної взаємодії у просуванні та захисті національних інтересів, боротьби проти інформаційної

агресії, налагодженні міцних зав'язків всередині країни та за її межами, у т.ч. через діаспору.

Одним із чотирьох стратегічних векторів у Стратегії сталого розвитку «Україна – 2020» визначено т.з. «вектор гордості». Під цим розуміється «забезпечення взаємної поваги та толерантності в суспільстві, гордості за власну державу, її історію, культуру, науку, спорт. Україна повинна посісти гідне місце серед провідних держав світу, створити належні умови життя і праці для виховання власних талантів, а також залучення найкращих світових спеціалістів різних галузей» [159]. Виділення цього напрямку створює нормативні умови для роботи, спрямованої на створення єдиної карти національних інтересів, яка забезпечить їх консолідоване розуміння та трактування.

У рамках чотирьох векторів руху стратегії передбачається 62 реформи та програми розвитку держави, шість з яких прямо пов'язані із інформаційним напрямом політики захисту національних інтересів України. Серед них: Програма популяризації України у світі та просування інтересів України у світовому інформаційному просторі (Концепція програми затверджена розпорядженням КМУ від 11 жовтня 2016 року № 739-р) [132]; Програма створення бренду «Україна»; Розвиток інформаційного суспільства та медіа; Програма розвитку туризму; Реформа державної політики у сфері культури; Програма розвитку національного кіновиробництва; Програма розвитку національної видавничої справи [159].

Серед першочергових 10 реформ та програм визначено Програму популяризації України у світі та просування інтересів України у світовому інформаційному просторі. Головною метою Програми є «формування довіри до України, спрямування її позиціонування у світі на користь політичним та економічним інтересам нашої держави, а також на зміцнення її національної безпеки і відновлення територіальної цілісності». Ключове завдання – формування позитивного іміджу України як європейської, демократичної, конкурентоздатної держави зі сприятливим бізнес-кліматом, зі своїм

унікальним місцем у світовому розподілі праці та інтегрованої у глобальні ланцюги створення доданої вартості [159].

Програма фокусуватиметься на забезпеченні: підсилення інституційної спроможності для здійснення міжнародних стратегічних комунікацій; синергії зусиль органів влади, бізнесу та громадянського суспільства для просування України у світі; збільшення та оптимізації присутності України на міжнародних заходах та майданчиках; присутності у міжнародному академічному, культурному та громадському середовищі; комунікації щодо успіху реформ та перетворень, що здійснюються в Україні; формування і просування бренд-меседжів про Україну: Україна – країна свободи і гідності; Україна – країна, що реформується, незважаючи на виклики; Україна - хаб для інвестицій; Україна – країна високих технологій та інновацій; Україна - країна, приваблива для туризму; Україна – країна із визначними культурними та історичними традиціями; регулярного відкритого діалогу зі спільнотою світових лідерів думки, експертів та медіа, які висвітлюють або коментують українську тематику; формування сталих ефективних комунікацій з українською діаспорою та використання її потенціалу [159].

Пріоритети Стратегії «Україна – 2020» щодо інформаційного напрямку захисту національних інтересів також відображені у новій Стратегії національної безпеки та Доктрині інформаційної безпеки. Серед головних загроз, що спрямовані на руйнування державності, є інформаційно-психологічна війна, приниження української мови і культури, фальшування української історії, формування російськими засобами масової комунікації альтернативної до дійсності викривленої інформаційної картини світу. У перше загрози інформаційній безпеці визначені у контексті впливів на політико-образний та політико-смісловий простори, виділені окремим пунктом [159]. Слід зауважити, що такі загрози вперше були виокремлені від кібербезпеки та безпеки інформаційних ресурсів. Серед загроз інформаційній безпеці виділяють: ведення інформаційної війни проти України та відсутність

цілісної комунікативної політики держави, недостатній рівень медіа-культури суспільства.

Забезпечення інформаційної безпеки визначено як один із пріоритетів держави на рівні з реформуванням збройних сил, державного управління, боротьби із корупцією, євроатлантичної інтеграції тощо. Це свідчить про переосмислення керівництвом України ролі та місця інформаційного напрямку як одного із механізмів захисту та просування національних інтересів держави.

Пріоритетами інформаційної безпеки визначено:

- забезпечення наступальності заходів політики інформаційної безпеки на основі асиметричних дій проти всіх форм і виявів інформаційної агресії;
- створення інтегрованої системи оцінки інформаційних загроз та оперативного реагування на них; протидія інформаційним операціям проти України, маніпуляціям суспільною свідомістю і поширенню спотвореної інформації, захист національних цінностей та зміцнення єдності українського суспільства [159];
- розробка і реалізація скоординованої інформаційної політики органів державної влади; виявлення суб'єктів українського інформаційного простору, що створені та/або використовуються Росією для ведення інформаційної війни проти України, та унеможливлення їхньої підривної діяльності;
- створення і розвиток інститутів, що відповідають за інформаційно-психологічну безпеку, з урахуванням практики держав - членів НАТО;
- удосконалення професійної підготовки у сфері інформаційної безпеки, упровадження загальнонаціональних освітніх програм з медіакультури із залученням громадянського суспільства та бізнесу [159].

У порівнянні із попередньою Стратегією національної безпеки новий документ містить більш конкретні параметри щодо визначення основних загроз, їх джерел, пріоритетів захисту та просування національних інтересів

через інформаційно-комунікаційну діяльність держави. Особливе місце займає захист та просування національних інтересів, зокрема в інформаційному просторі. Якщо у Стратегії 2012 року цей напрям визначався, як допоміжний, то у 2016-2017 рр. він виходить на рівень самостійного стратегічного напрямку.

Зміни у парадигмі сприйняття інформаційно-комунікаційної політики України можна побачити у новій Доктрині інформаційної безпеки. Вперше в офіційний політичний та комунікативний дискурс вводяться поняття: стратегічні комунікації, урядові комунікації, кризові комунікації, стратегічний наратив.

Під стратегічними комунікаціями автори документа розуміють «скоординоване і належне використання комунікативних можливостей держави – публічної дипломатії, зв'язків із громадськістю, військових зв'язків, інформаційних та психологічних операцій, заходів, спрямованих на просування цілей держави». Слід зауважити, що у новій редакції Воєнної доктрини (2015 р.) стратегічні комунікації визначені як одна із основ кризового реагування на воєнні загрози та недопущення ескалації воєнних конфліктів [162].

Під урядовими комунікаціями – «комплекс заходів, що передбачають діалог уповноважених представників Кабінету Міністрів України з цільовою аудиторією з метою роз'яснення урядової позиції та/або політики з певних проблемних питань».

Кризові комунікації – «комплекс заходів, що реалізуються державними органами України у кризовій ситуації і передбачають їх діалог із цільовою аудиторією з питань, що стосуються кризової ситуації» [156].

Особливий інтерес становить введення категорії стратегічний наратив. Вперше звертається увага на смислове наповнення внутрішнього та зовнішнього політико-смислового простору, яке повинно надати релевантне знання цільовим аудиторіям, зайняти проактивну позицію щодо артикуляції інтересів та інтерпретації суспільно-політичних процесів в Україні та за її

межами. Під стратегічним нарративом розуміється «спеціально підготовлений текст, призначений для вербального викладення у процесі стратегічних комунікацій з метою інформаційного впливу на цільову аудиторію» [156].

Серед національних життєво важливих інтересів особи у контексті інформаційного напрямку політики захисту національних інтересів є захищеність від руйнівних інформаційно-психологічних впливів, інтересів суспільства і держави:

- захист українського суспільства від агресивного впливу деструктивної пропаганди, передусім з боку РФ;
- захист українського суспільства від агресивного інформаційного впливу РФ, спрямованого на пропаганду війни, розпалювання національної і релігійної ворожнечі, зміну конституційного ладу насильницьким шляхом або порушення суверенітету і територіальної цілісності України;
- збереження і примноження духовних, культурних і моральних цінностей Українського народу; зміцнення інформаційних зв'язків з українською діаспорою, сприяння збереженню її етнокультурної ідентичності [156];
- розвиток медіа-культури суспільства та соціально відповідального медіа-середовища;
- створення з урахуванням норм міжнародного права системи і механізмів захисту від негативних зовнішніх інформаційно-психологічних впливів, передусім пропаганди; безпечне функціонування і розвиток національного інформаційного простору та його інтеграція у європейський і світовий інформаційний простір;
- розвиток системи стратегічних комунікацій України; ефективна взаємодія органів державної влади та інститутів громадянського суспільства під час формування, реалізації державної політики в інформаційній сфері;
- забезпечення розвитку інформаційно-комунікаційних технологій та інформаційних ресурсів України [156];

- формування позитивного іміджу держави у світі, донесення оперативної, достовірної і об'єктивної інформації про події до міжнародної спільноти; розбудова системи іномовлення та забезпечення наявності іношомовного українського каналу в кабельних мережах та у супутниковому мовленні за межами України [156].

Вищевказані пріоритети демонструють розуміння політико-інформаційного, політико-образного та політико-сміслового просторів як цілісної системи ідентифікації держави зовнішніми аудиторіями, самоідентифікації населенням України, у т.ч. національних інтересів; стратегічних комунікацій як механізмів вироблення та поширення знання про країну, розуміння її сутності, історії, цінностей та іншої значимої інформації, яка повинна забезпечити лояльність та довіру до держави. Також позитивним аспектом є включення у розробку та реалізація інформаційної політики не лише органів влади, а й представників бізнесу, громадянського суспільства та засобів масової інформації.

Пріоритетами інформаційного напрямку політики захисту національних інтересів щодо забезпечення інформаційної безпеки є:

- створення інтегрованої системи оцінки інформаційних загроз та оперативного реагування на них; забезпечення повного покриття території України цифровим мовленням, насамперед у прикордонних районах, а також тимчасово окупованих територій;

- розвиток цифрового мовлення, унеможливлення впливу на його інфраструктуру суб'єктів, що пов'язані з державою-агресором;

- побудова дієвої та ефективної системи стратегічних комунікацій;

- розвиток механізмів взаємодії держави та інститутів громадянського суспільства щодо протидії інформаційній агресії проти України [156];

- боротьба з дезінформацією та деструктивною пропагандою з боку Російської Федерації; унеможливлення вільного обігу інформаційної продукції (друкованої та електронної), насамперед походженням з території держави-агресора, що містить пропаганду війни, національної і релігійної

ворожнечі, зміни конституційного ладу насильницьким шляхом або порушення суверенітету і територіальної цілісності України, провокує масові заворушення;

- проведення розвідувальними органами України акцій сприяння реалізації та захисту національних інтересів України в інформаційній сфері, протидії зовнішнім загрозам інформаційній безпеці держави за межами України;

- недопущення використання інформаційного простору держави в деструктивних цілях або для дій, що спрямовані на дискредитацію України на міжнародному рівні [156].

Щодо забезпечення захисту і розвитку національного політико-інформаційного, політико-образного та політико-сміслового просторів України пріоритетами є:

- стимулювання розвитку національного виробництва текстового і аудіовізуального контенту, зокрема шляхом створення системи квотування та проведення цільових конкурсів на надання грантів;

- забезпечення функціонування Суспільного телебачення і радіомовлення України, у тому числі його належного фінансування;

- створення системи мовлення територіальних громад, яка сприятиме розширенню комунікативних можливостей та зниженню конфліктності всередині громад; підтримка вітчизняної книговидавничої справи, зокрема перекладів іноземних творів, забезпечення ними навчальних закладів і бібліотек;

- комплексна підтримка розвитку механізмів саморегуляції засобів масової інформації на засадах соціальної відповідальності; підвищення медіа-грамотності суспільства, сприяння підготовці професійних кадрів для медіа-сфери з високим рівнем компетентності [156];

- задоволення потреб населення тимчасово окупованих територій в об'єктивній, оперативній і достовірній інформації; повне покриття території

України цифровим та інтернет-мовленням замість аналогового і надання рівних можливостей доступу кожному громадянину до інформаційних ресурсів мережі Інтернет;

- формування системи державної підтримки виробництва вітчизняного аудіовізуального продукту;

- пропагування, у тому числі через аудіовізуальні засоби, зокрема соціальну рекламу, основних етапів і досвіду державотворення, цінностей свободи, демократії, патріотизму, національної єдності, захисту України від зовнішніх і внутрішніх загроз [156].

Щодо відкритості та прозорості держави перед громадянами:

- сприяння розвитку можливостей доступу та використання публічної інформації у формі відкритих даних;

- інформування громадян України про діяльність органів державної влади, налагодження ефективної співпраці зазначених органів із засобами масової інформації та журналістами;

- проведення реформи урядових комунікацій; сприяння формуванню культури суспільної дискусії [156];

Щодо забезпечення інформаційного напрямку політики захисту національних інтересів:

- ґрунтовне реформування системи представлення інформації про Україну на міжнародній арені, у т.ч. її інтересів;

- розвиток публічної дипломатії, у тому числі культурної та цифрової;
- активізація скоординованої інформаційної роботи закордонних дипломатичних установ України;

- сприяння поширенню та розвитку системи іномовлення України;
- створення та забезпечення функціонування правового механізму взаємодії державних органів з інститутами громадянського суспільства з метою інформаційної підтримки комерційної, гуманітарної, просвітницької, культурної та іншої діяльності таких інститутів за межами України [156];

- постійний моніторинг пропаганди держави-агресора, розроблення та оперативна реалізація адекватних заходів протидії;
- недопущення використання міжнародного інформаційного простору в деструктивних цілях або для дій, що спрямовані на дискредитацію України на міжнародному рівні;
- реформування системи взаємовідносин з українською діаспорою шляхом забезпечення більш тісної співпраці та проведення ефективних заходів, зокрема в рамках комунікацій «від людини до людини» [156];
- участь у міжнародних культурних заходах з метою представлення національної культури та ідентичності;
- запровадження міжнародних культурних фестивалів в Україні з метою популяризації української культури та розвитку комунікацій «від людини до людини» [156].

На відміну від попередньої Доктрини інформаційної безпеки, акценти зміщені на виявлення інформаційних загроз національним інтересам, у т.ч. із залученням наукових установ та спеціалізованих інститутів громадянського суспільства, блокування каналів комунікації та поширення деструктивної інформації про Україну. Вперше в історії України чітко визначено джерело загроз – Російська Федерація. Розширений і конкретизований перелік каналів комунікацій з використанням додаткових можливостей діаспори, вітчизняного бізнесу, інститутів громадянського суспільства, культури, спорту тощо.

На концептуальному рівні визначені шляхи та способи популяризації України у світі та просування її інтересів у світовому інформаційному просторі. Розпорядженням Кабінету Міністрів України від 11 жовтня 2016 року № 739-р схвалено відповідну Концепцію [132]. Її метою є: «популяризація України у світових інформаційних ресурсах та національних інформаційних ресурсах іноземних держав, спрямована на захист її політичних, економічних та соціально-культурних інтересів, зміцнення її національної безпеки і відновлення територіальної цілісності; формування позитивного іміджу України шляхом висвітлення об'єктивної інформації про

конкурентні переваги, сильні сторони, вагомі досягнення нашої держави на світовій арені, широкі перспективи співпраці міжнародної спільноти з Україною та забезпечення на міжвідомчому рівні постійної оперативної та скоординованої діяльності з підготовки і поширення у світовому інформаційному просторі правдивої та об'єктивної інформації про Україну, зокрема окремі її регіони, а також підвищення туристичної та інвестиційної привабливості України» [159].

Слід зазначити, що в Україні були намагання сформувати єдину інформаційну політику та закріпити її на законодавчому рівні, у т.ч. з формування позитивного іміджу України та їх регіонів. Було зроблено три спроби (2002 [123], 2004 та 2010 рр.), однак всі вони не були підтримані Урядом та Верховною Радою. Закріплення єдиної та скоординованої діяльності в інформаційно-комунікаційній сфері як на інституційному рівні (створення відповідних структур), так і на операційному (розробка єдиних стандартів інформаційної політики, впровадження універсальних моделей комунікації влади та громадськості тощо) сприяли зниженню рівня ефективності всієї системи національних комунікацій.

3.2. Інституційні механізми реалізації інформаційного напрямку політики захисту національних інтересів України

Реалізацію інформаційного напрямку політики захисту національних інтересів можна розділити на декілька рівнів. Перший – реалізація політики на державному рівні. Другий – реалізація інформаційної політики приватними та юридичними особами, які задіяні у приватному секторі. Третій – реалізація інформаційної політики у рамках діяльності інститутів громадянського суспільства та громадських ініціатив. Четвертий – у рамках діяльності неприбуткових організацій, приватного й державного сектору (це стосується наукових, освітніх, культурних, спортивних організацій та установ). П'ятий – у рамках діяльності засобів масової комунікації у медійному просторі.

За часом, еволюцію інформаційного напрямку політики захисту національних інтересів України можна поділити на три етапи. Перший з 1991 по 2000 рр. Другий – з 2003 по 2014 рр. Третій – з 2015 р. по теперішній час.

Перший етап характеризується становленням державності, виробленням та акумулюванням світового та національного досвіду нормативно-правового регулювання інформаційно-комунікаційної сфери, роздержавлення медійної сфери, формуванням недержавних впливових медіа холдингів, першими спробами позиціонування України у світовому та регіональному політичному, економічному, культурному просторах тощо.

Другий етап – включенням у політичний дискурс необхідності створення власного політико-образного та політико-сміслового просторів, формування позитивного іміджу як запоруки стабільного розвитку держави, прийняття на рівні держави Стратегічних документів, у яких закріплюються поняття «національні інтереси», «позиціонування», «інформаційна політика» тощо . Розробка, прийняття та реалізація державних програм з підтримки та популяризації України, її національних інтересів у світовому інформаційному просторі. Активізація недержавних проектів з популяризації та просування інтересів України.

Третій етап – під впливом військової агресії Російської Федерації, гібридних інформаційних впливів йде концептуальне переосмислення ролі, місця та функцій інформаційного напрямку політики захисту національних інтересів, який виводиться на один стратегічний рівень з обороною, розвитком економічного потенціалу країни тощо.

У контексті дисертаційного дослідження інтерес представляють другий та третій етапи. Згідно з офіційною інформацією з 2000-х років майже кожен три-чотири роки в державі розроблялися різні програми та концепції просування позитивного іміджу, налагодження стратегічних комунікацій із різними цільовими аудиторіями, метою яких було підвищення обізнаності про державу та її інтереси. Слід зазначити, що ці нормативні документи не забезпечували формування цілісної системи позиціонування країни, а лише її

частин таких, як міжнародний імідж, налагодження комунікації у рамках процесів європейської інтеграції або приєднання до НАТО. Починаючи з 2003 року, було розроблено та формально впроваджено дві Програми з просування міжнародного іміджу України за кордоном та одна Концепція з формування позитивного іміджу як інструментів просування національних інтересів. Це - «Державна програма забезпечення позитивного міжнародного іміджу України на 2003-2006 рр.» [109], «Концепція Державної цільової програми формування позитивного міжнародного іміджу України на 2008-2011 роки» [135] та «Державна цільова програма формування позитивного міжнародного іміджу України на період до 2011 року» [113]. У 2011 р. МЗС України було розроблено нову Концепцію Державної цільової програми формування позитивного міжнародного іміджу України на період до 2011 р. Однак, вона не була прийнята. У цей же період компанією «CFC Consulting» на замовлення МЗС України було розроблено першу Стратегію позиціонування України [148, с. 113].

Просування національних інтересів у сфері економіки України було визначено у Програмі «Інвестиційний імідж України» (2002 р.) [134], Державній програмі розвитку туризму на 2002-2010 роки (2002 р.) [112]. Концепції Державної цільової програми розвитку туризму та курортів на період до 2022 року (2013 р.) [133].

Просування інтересів України порушувалося у таких програмах, як «Державна цільова програма інформування громадськості з питань євроатлантичної інтеграції України на 2008-2011 роки» [111] та «Державна цільова програма інформування громадськості з питань європейської інтеграції України на 2008-2011 роки» [110].

Основною метою Державної програми забезпечення позитивного міжнародного іміджу України на 2003-2006 рр. було «формування та підтримання позитивного іміджу України як усередині, так і поза її межами, створенні зовнішньої інформаційної атмосфери, необхідної для здійснення внутрішньополітичних та соціально-економічних перетворень, ефективній

інформаційній підтримці зовнішньополітичного курсу держави на європейську та євроатлантичну інтеграцію, створенні умов для підвищення авторитету України у політичній, культурній та економічній сферах, посиленні координації діяльності органів виконавчої влади, спрямованої на забезпечення інформаційної присутності України за кордоном, приведенні національного законодавства у відповідність з європейськими та загальносвітовими стандартами» [109].

Як зазначає український дослідник С. Гнатюк, «за змістом вона є скоріше «протоколом про наміри», аніж програмним документом із планом конкретних дій. Системності і практичної спрямованості діяльність держави у цій сфері почала набувати лише з 2006 р., коли з'явився, зокрема повноцінний пакет відповідних нормативно-правових актів. Першим із них став Указ Президента України від 20 лютого 2006 р. № 142 «Про культурно-інформаційний центр у складі закордонної дипломатичної установи України» [27].

С. Гнатюк зауважує, що основними завданнями культурно-інформаційних центрів є: сприяння розвитку міжнародного співробітництва України з державою перебування в галузі культури, освіти, науки та техніки, туризму, фізичної культури і спорту; поширення в державі перебування інформації про Україну, ознайомлення громадян держави перебування з історією і культурою нашої держави, сприяння вивченню української мови на території цієї держави; підтримання зв'язків з українцями за кордоном, сприяння задоволенню їх культурно-мовних, інформаційних та інших потреб; поширення інформації про туристичні можливості і привабливість України, сприяння співробітництву з державою перебування у туристичній галузі» [27].

На виконання положень Указу спеціальним Розпорядженням Кабінету Міністрів від 19 квітня 2006 року № 213-р було затверджено Перелік закордонних дипломатичних установ України, у складі яких утворюються культурно-інформаційні центри. Згідно із цим розпорядженням, передбачалося відкриття 29 центрів у 27 країнах світу. За даними, які

наводить С. Гнатюк, протягом трьох років – до 2009 р. – Міністерством закордонних справ України було засновано лише 17 культурно-інформаційних центрів – у складі дипломатичних представництв України в Австрії, Білорусі, Бельгії, Греції, Грузії, Ізраїлі, Італії, Казахстані, КНР, Молдові, Польщі, Португалії, Румунії, США, Франції, ФРН та Генерального консульства України в Стамбулі [27]. За різними даними станом на 2015 р. було заплановано забезпечити функціонування 30 інформаційно-культурних центрів при дипломатичних установах. Однак, їх діяльність та ефективність активно критикується фахівцями у сфері культури та культурної дипломатії. Наразі ведуться дискусії щодо реформування Центрів та створення на їх базі Українських інститутів, які за змістом і формою є більш актуальними у контексті сучасних інформаційних викликів та загроз.

Державна цільова програма формування позитивного міжнародного іміджу України на період до 2011 р. була логічним продовженням попередньої Програми. Основною метою було організація і проведення органами виконавчої влади інформаційної кампанії, спрямованої на підвищення рівня поінформованості міжнародного співтовариства про Україну, та зміцнення її міжнародного авторитету у сфері політики, економіки і культури, що є необхідним для забезпечення захисту національних інтересів нашої держави, дотримання стратегічного курсу на європейську інтеграцію тощо [113]. Як зазначав С. Гнатюк, ця «програма вигідно відрізнялася від своєї попередниці концептуальною зрозумілістю, докладністю, чіткістю плану дій» [27]. В той же час слід зазначити, що вказані переваги програми нівелювалися вкрай недостатнім її фінансуванням [27].

За даними Ю. Щегельської, з 2001 по 2012 рр. було реалізовано понад два десятки інформаційно-промоційних проектів. Вона зазначає, що «у рамках реалізації державної інформаційної політики у цей період було реалізовано такі проекти. У 2007 р. створено портал про Україну арабською мовою «Arab Gateway to Ukraine» (www.ukraine-arabia.ae), що також має англomовну версію

[180, с. 834]. Слід зауважити, що цей проект продовжує працювати та наповнюватись інформацією про Україну економічного змісту.

У жовтні 2007 р., за сприяння державного підприємства «Інформаційно-іміджевий центр» Міністерства освіти і науки України та Всеукраїнської громадської місії «Україна – відома», було створено портал «See you in Ukraine» (<http://see-you.in.ua/>), що містить інформацію про Україну, її визначні історичні, культурні та архітектурні пам'ятки, а також відомих українців. Особливу увагу було приділено наповненню порталу інформацією про систему освіти в Україні [180, с. 834]. Станом на версень 2017 року ресурс представлений в мережі, однак він складний у користуванні та характеризується нерівномірністю актуальності інформації, яка на ньому надається. Наприклад, поряд із достатньо великою кількістю інформації про вищі навчальні заклади України, на сайті відсутні дані про такі заклади, переміщені із зони АТО.

У грудні 2007 р. за кордоном розпочалася розрахована на 10 років рекламна кампанія «Україна запрошує», у межах якої на замовлення Міністерства культури та туризму України було створено 15 і 30-секундні промо-споти зимового туристичного потенціалу країни «Україна. Для закоханих у сніг». Демонстрація роликів, озвучених російською мовою, відбувалася на каналах «EuroNews» і «National Geographic Channel» і тривала до кінця року» [180, с. 834]. Пошуки інформації у відкритих джерелах свідчать про те, що ця кампанія була реалізована протягом 2007-2008 років. Актуальних даних про продовження та завершення планованої десятирічної реалізації проекту станом на 2017 рік не має.

Наприкінці 2008 р. на замовлення Міністерства культури та туризму України компанія «CFC Consulting» організувала розміщення 30-секундних промо-спотів «Ukraine beautifully yours» на телеканалі «CNN International» [180, с. 835].

Серед промоційних кампаній Ю. Щегельська виділяє рекламну кампанію «Україна запрошує» у грудневому номері журналу «Reader's Digest»

було також опубліковано рекламний матеріал про Україну. Це видання вийшло накладом 800 тис. примірників у Німеччині, 435 тис. – у Франції та 108 тис. – в Італії [180, с. 835]. В межах цієї рекламної кампанії на замовлення Державної служби туризму і курортів Міністерства культури і туризму України було створено документальний фільм «Україна запрошує». Цей фільм тривалістю понад 12 хв. було створено державним підприємством «Українська студія хронікально-документальних фільмів» (<http://kinochronika.kiev.ua/>). На думку замовника, відеофільм «Україна запрошує» («Ukraine Invites») був адресований українськомовній та англomовній аудиторіям і мав надавати стисло інформацію про історію, географічне розташування, культуру, традиції України, головні досягнення українського народу тощо [180, с. 835]. Слід зазначити, що станом на 2017 рік в мережі Інтернет цей фільм відсутній у вільному доступі. Водночас на кількох каналах YouTube наявні 2-3 хвилинні промороліки цього фільму. Загальна статистика переглядів цих роликів коливається близько кількох тисяч, що в масштабах YouTube наближується до статистичної похибки. Більше того, складається враження, що «Українська студія хронікально-документальних фільмів» досі вважає, що має виключні права на використання цього фільму і, відповідно, не допускає його виходу на YouTube. На нашу думку, це свідчить не лише про марно витрачені кошти на створення фільму, а й про подальше іміджеве відставання України.

Інформація про Україну розміщена також на сайті Міністерства зовнішніх справ України, а також на сайтах усіх закордонних дипломатичних установ України. Однак, ця інформація розміщена у текстовому форматі. Переходи на різні промоційні та інформаційно-пізнавальні ресурси можна зробили лише натискаючи інтерактивні банери, що створює певні незручності при користуванні ресурсами.

За даними Ю.Щегельської, окрім промоційно-реklamних кампаній у 2007 – 2012 рр. на телеканалах «CNN International» та «EuroNews» демонструвалися ролики про Голодомор 1932-1933 років в Україні з нагоди

відзначення 75-річчя трагедії. У 2009 р. на замовлення Міністерства культури та туризму України та державного підприємства «Національний туристичний офіс» було створено 30-секундний промоційний відеоролик «Відкрий для себе Україну» («Open Ukraine for yourself»). У роликі зображаються культурні пам'ятки різних міст держави – Києва, Канева, Кам'янця-Подільського, Одеси, Севастополя та знакові краєвиди нашої держави [180, с. 836]. Цікаво, що й у даному випадку далеко справа не пішла. У даний час ролик можна знайти на YouTube на приватній сторінці і кількість його переглядів з 2010 року дорівнює всього 2181.

У цей період (2010 р.), за даними Ю. Щегелької, було представлено офіційний промо-ролик України «Увімкни Україну» («Switch on Ukraine»), в якому міститься зображення вищеописаного офіційного логотипа держави. Відео тривалістю 90, 60 і 30 сек., які транслювали в 2010 р. на телеканалах «Eurosport», «Euronews» та «BBC». У рекламному ролику «Switch on Ukraine» міститься зображення краєвидів окремих українських міст (Києва, Донецька, Кам'янця-Подільського, Львова), а також природа України [180, с. 837]. Враховуючи тактичні завдання цієї кампанії, яка була прив'язана до окремої події (ЄВРО-2012), актуальність просування України була обмежена часом.

Як зазначає Ю. Щегельська, у приватному та громадському секторі на практиці перші реальні спроби промоції України на міжнародній арені було здійснено тільки напередодні десятої річниці незалежності держави, коли з ініціативи кількох відомих політичних діячів та недержавних організацій у червні 2001 р. було створено Всеукраїнську громадську місію «Україна – відома». Починаючи з 2003 р., на замовлення цієї місії було виготовлено промоційні англомовні фільми про туристичний потенціал України: «Ukraine: Undiscovered Europe», «Postcards from Ukraine»; створено компакт-диск «Ukraine. Growing to Flourish!», призначений для міжнародного розповсюдження; починають виходити журнали «See you in Ukraine!» та «Opportunity Ukraine» [180, с. 833]. Слід зауважити, що діяльність за цими

проектами була обмежена часом і не мала системного характеру. Це, на думку автора, пов'язано з обмеженими ресурсами та підтримкою з боку влади.

У 2004 р. створена незалежна міжнародна організація «Ялтинська Європейська Стратегія» (YES), яка згодом перетворилася на одну із потужних у Східній Європі дискусійних платформ та промоційних проектів. Офіційною метою платформи є сприяння розвитку справедливої, вільної та заможної України, налагодженню стосунків зі світом та підтримки членства України в Європейському Союзі [121]. Щорічні зустрічі збирають сотні провідних політиків, громадських діячів, науковців, діячів мистецтв та культури тощо.

Українська дослідниця Ю. Щегельська зазначає, що у 2005 р. у межах 6-го Київського Міжнародного фестивалю реклами було презентовано п'ять промоційних роликів про Україну під загальною назвою «Це моя Україна» [180, с. 858]. Однак, вони так і залишились у на рівні проектів. У 2006 р. неприбутковою недержавною організацією «The U.S.-Ukraine Foundation» було відкрито сайт проекту «Travel to Ukraine» (www.traveltoulkraine.org), метою якого є поширення всебічної інформації про переваги ділових подорожей та відпочинку в Україні [180, с. 858]. Діяльність за цим проектом була достатньо активною та завершилась у 2016 році.

У липні 2007 р. до кола недержавних структур, що займаються питаннями покращення сприйняття України у світі, долучився й міжнародний благодійний фонд «Відкрий Україну» («Open Ukraine»), заснований для зміцнення авторитету України у світі та розвитку публічної дипломатії, що діє під лозунгом «Відкрий Україну для себе і для світу!» [180, с. 836]. Ця організація продовжує працювати та проводити різноманітні заходи з просування України в світі.

Наприкінці 2010 р. також було викладено перші промоційні матеріали про Україну на сайті проекту професійно-громадської ініціативи «Discover Ukraine 2012» (<http://www.discoverukraine2012.org>). До організації проекту «Discover Ukraine 2012» також долучився український інтернет-ресурс із маркетингу територій «PlaceID» (<http://placeid.com.ua>). Цей проект працював,

як дискусійний майданчик, що об'єднував представників бізнесу, громадських організацій та діячів, експертів з маркетингу територій та комунікацій, а також для привернення уваги української та міжнародної громадськості до зусиль України гідно прийняти Євро-2012 і підвищити свою туристичну та інвестиційну привабливість» [180, с. 838]. Враховуючи тактичні завдання, метою яких було залучення уваги до України у рамках проведення чемпіонату Європи з футболу, проект працював обмежений час.

Аналіз вищевказаних проектів свідчить про те, що промоція України обмежувалась традиційною рекламою та маркетинговими заходами, які не забезпечували стійкого просування національних інтересів у закордонному інформаційному просторі та мала тактичний характер.

Станом на червень 2017 р. на інституційному рівні прямою реалізацією політики України у контексті інформаційного напрямку захисту національних інтересів на загальнодержавному рівні займаються Рада національної безпеки та оборони, Міністерство інформаційної політики, Міністерство закордонних справ, Міністерство оборони, Міністерство економічного розвитку і торгівлі, державні обласні адміністрації, державні установи тощо.

Особливу увагу, у контексті дослідження, привертає діяльність саме Міністерства інформаційно політики України (далі – МІП) як основного центру координації всіх державних комунікацій, у т.ч. з просування та захисту національних інтересів у політико-інформаційному, політико-смісловому та політико-образному просторах. Слід зазначити, що це не перша спроба створити єдиний інформаційно-комунікаційний хаб. У 1994 р. було створено Міністерство у справах преси та інформації, основним завданням якого було «створення і захист національного інформаційного простору, забезпечення інформаційної безпеки, сприяння підвищенню ролі ЗМІ у розбудові незалежної демократичної України, духовному відродженню народу України, розвитку суспільного життя» [90, с. 189]. На той час ще мова не йшла про забезпечення через інформаційно-комунікаційну діяльність у контексті формування позитивного іміджу України. Опосередковано у завдання

Міністерства входили «протиція монопольним та іншим негативним тенденціям, що завдають шкоди інтересам держави, суб'єктам видавничої справи, споживачам друкованої продукції; вивчення масових інформаційних потоків, характеру їх впливу на громадську думку, виявлення потреб різних соціальних груп у розвитку засобів масової інформації» [157].

У 1996 р. Міністерство преси та інформації було реорганізовано у Міністерство інформації України [90, с. 189]. Серед завдань, які опосередковано можна віднести до просування України в інформаційному просторі, є «координація висвітлення в державних засобах масової інформації офіційних поглядів вищих посадових осіб держави з того чи іншого питання, аналізує проходження в засобах масової інформації основної офіційної інформації; координує міжнародне співробітництво в галузі телебачення і радіомовлення, встановлює міжнародні видавничі зв'язки з метою розповсюдження вітчизняних друкованих видань за межами України, бере участь в організації та проведенні міжнародних книжкових ярмарків, інших заходів щодо міжнародного обміну інформацією» [161].

У грудні 2014 р. утворено Міністерство інформаційної політики України. Його основною метою було створення системи стратегічних комунікацій держави, яка б відповідала сучасним вимогам та викликам. Згідно із «Положенням про Міністерство інформаційної політики України» МІП є головним органом у системі центральних органів виконавчої влади, що забезпечує формування та реалізує державну політику у сферах інформаційного суверенітету України, державного іномовлення та інформаційної безпеки.

Ключовими завданнями МІП є забезпечення формування та реалізація державної політики у сферах інформаційного суверенітету України та інформаційної безпеки, зокрема з питань поширення суспільно важливої інформації в Україні та за її межами; у сфері державного іномовлення; розбудови в Україні системи державних стратегічних комунікацій; здійснення реформ ЗМІ щодо поширення суспільно важливої інформації [108].

Серед пріоритетних напрямків діяльності Міністерства інформаційної політики (на 2017 р.):

1. Розвиток інформаційного простору України, його дерегуляція, демонополізація та деолігархізація.
2. Створення системи державних стратегічних комунікацій.
3. Інформаційна реінтеграція окупованих територій (АР Крим та окремих районів Донецької та Луганської областей (ОРДЛО)).
4. Популяризація України та її цінностей у світі [49].

У рамках першого напрямку діяльність зосереджена на захисті свободи слова та права на професію журналіста; реформі медіапростору, зокрема щодо підтримки Суспільного телебачення; гармонізації національного законодавства в інформаційно-комунікаційній сфері із законодавством ЄС.

У другому – на реформу урядових комунікацій та комунікаційну підтримку проведення реформ. У третьому – на інформаційну реінтеграцію тимчасово непідконтрольних територій Луганської та Донецької областей і тимчасово окупованої території АР Крим. Цей напрям більше зосереджений на забезпечення інформаційної інфраструктури мовлення на окуповані території та частково на наповнення його державницькими смислами. Четвертий напрям зосереджений на реформі системи іномовлення, міжнародна співпраця та реалізації програми «Відкрита влада» [49].

За час існування МІП, окрім реалізації напрямів, зазначених у Положенні про Міністерство, було реалізовано такі проекти: розміщення соціальної реклами [139], «Докази для Гааги» [33], «Інформаційні війська України» [55], «Embedded journalists» (спільно з Міністерством оборони України) [2].

Основною метою цих проектів є забезпечення домінування України в державному інформаційному просторі та закріплення її позицій за кордоном в тих політичних просторах, які представляють інтерес.

Також за підтримки Міністерства було реалізовано кілька проектів:

- Посібник з Верифікації «Verification book» - новий інноваційний ресурс для журналістів та організацій, які надають допомогу. Містить покрокові інструкції щодо того, як під час надзвичайних ситуацій працювати з контентом, отриманим від читачів [127].

- Проект «Україна. Гідність. Свобода. Креативність» метою якого було у короткій, цікавій та доступній формі інформувати світ про нашу державу та її досягнення. Буклет «Ukraine: Freedom, Dignity, Creativity» та інтерактивний сайт проекту <http://myukraineis.org/> може стати нескінченим полотном фактів про нашу державу, адже його може доповнити будь-хто власною історією про Україну та її громадян. Створення буклету є результатом взаємодії Міністерства закордонних справ, Міністерства інформаційної політики та Production Hub StratComUA [127].

- Випуск аналітично-правового дайджесту «Крим без правил: переміщення цивільного населення Російської Федерації на окуповану територію України». Дайджест було підготовлено Регіональним центром прав людини, Українською Гельсінською спілкою з прав людини та експертно-аналітичною групою «CHROT» [127].

- Проект навчання технікам та методикам Open Source Intelligence (OSINT). За підтримки Міністерства інформаційної політики України та фонду European Endowment for Democracy, радник Міністра з питань інформаційної безпеки Дмитро Золотухін реалізовує проект навчання технікам та методикам (OSINT), які нині використовуються найбільш популярними і професійними командами журналістів та волонтерів у сфері інформаційного протистояння, такими, як Bellingcat та InformNapalm. На тренінгах, за допомогою інструментів OSINT, учасники, зокрема навчаються використовувати прийоми пошуку в онлайн-просторі для викриття фейків і перевірки джерел інформації. Наприклад, на тренінгах вивчався фейк про нібито отримання Україною великого кредиту в обмін на прийом біженців з Близького Сходу [127].

Враховуючи той факт, що досвід інформаційно-комунікаційної діяльності України до 2014 р. мав тактичний характер, а недбале ставлення до захисту національного інформаційного простору призвело до втрати частини території, засвідчує про важливість цього напрямку у майбутньому.

У цьому контексті слухними є визначення слабких місць у національній інформаційно-комунікаційній практиці, які навів український дослідник С. Даниленко. Незважаючи на те, що це узагальнення було зроблено у 2015 р., більшість із згаданих позицій залишаються актуальними і досі. Він зазначає, що ментально-культурні та політичні наслідки інформаційної агресії визначаються наступними показниками. Для забезпечення підтримки дій Російської Федерації у фізичному просторі відбувається їх легітимізація у політико-образному, політико-смісловому просторах через формування та просування стереотипів і смислових установок, які виправдовували анексію АР Крим та вторгнення російських військ на територію України. Активні дії з формування образу України як «країни-аутсайдера» та підтримки ідей реконструкції СРСР/Російської імперії у новому форматі, де провідна роль відводиться Російській Федерації. Основні завдання – формування серед громадян України недовіри та розчарування своєю державою, штучне перебільшення ролі РФ у житті та історії нашої держави. Руйнування критичної інформаційно-комунікаційної інфраструктури та системи комунікацій на державному рівні, які потенційно могли створювати спротив та мінімізувати інформаційно-психологічні впливи [29, с. 310].

На думку С. Даниленка, серед факторів, які вплинули на спроможність України адекватно реагувати на інформаційні виклики та загрози національним інтересам є зруйнована або незатребувана система підготовки кадрів для проведення пропагандистських / контрпропагандистських заходів як у складі силових структур, так і в складі інших державних інститутів. С. Даниленко зауважує, що у рамках діяльності МІП вже відбувається реформування системи стратегічних комунікацій у силових структурах,

зокрема у ЗСУ, Нацгвардії, СБУ та ін. відомствах. Безконтрольність поширення російськими ЗМІ дезінформації та пропаганди підтвердило те, що в Україні відсутній єдиний інформаційний простір. Незадовільний стан національного україномовного сегменту медіа ринку, який не мав достатньої державної підтримки, призвів до того, що інформаційний простір був наповнений російськомовним контентом та продукцією. Це дало змогу впроваджувати у свідомість громадян України антидержавні смисли та образи [29, с. 311].

С. Даниленко акцентує увагу на тому, що через системні проблеми у таких сферах життєдіяльності держави як політика, ресурсне та кадрове забезпечення стали на шляху формування єдиної інформаційної стратегії держави, а відповідно в умовах кризи українській стороні доводиться протистояти російським інформаційним агресорам тільки на рівні тактичних рішень, часто з критичним запізненням [29, с. 311].

На ефективність захисту національних інтересів України в інформаційній сфері, на думку С. Даниленка, вплинула відсутність злагодженої взаємодії між міністерствами та відомствами, які часто підміняючи одне одного, поширюючи нетипову для їх сфери діяльності інформацію. Вплинула також відсутність координації зусиль представників громадянського суспільства і засобів масової інформації, що загалом підтверджувало факт відсутності у державному масштабі координації діяльності фахівців у сфері інформаційної протидії. Особливо це стало помітним у гострий період активних бойових дій у серпні 2014 року [29, с. 312].

Серед суттєвих недоліків захисту національних інтересів України в інформаційній сфері С. Даниленко зазначає те, що вітчизняні представництва за кордоном недостатньо використовували свої можливості для розміщення відповідного інформаційного матеріалу в зарубіжних медіа, за допомогою яких закордонна аудиторія могла б отримати достовірну інформацію про Україну. Тим часом з метою проведення інформаційної війни проти України

Росія використовує впливові лобістські структури. Це також стосувалося роботи національних культурних центрів за кордоном внаслідок різних причин яка була згорнута [29, с. 313]. Домінування емоційної складової в зображенні українською стороною подій у Криму і на Сході України не забезпечувало ретельної підготовки фактичного матеріалу, який поширюється з єдиного інформаційного державного центру [29, с. 313].

Окремо слід зазначити діяльність профільних інститутів громадянського суспільства та проектів, які займаються дослідженням та протидією деструктивним інформаційно-комунікаційним впливам на Україну. Зокрема, це «Інститут демократії імені Пилипа Орлика» [52], «Інститут масової інформації» [53], «Детектор медіа» [89], «Фабрика думок «Донбас» [168], «Фундація «Суспільність»» [172], «StopFake» [1], «OSINT Academy» [124] та ін. Незважаючи на результати роботи, їх діяльність йде паралельно з процесом формування та реалізації державної політики. Точками дотику є участь у консультаціях, розробках пропозицій та законопроектів. Однак, більшість ініціатив залишаються поза увагою держави. Результати досліджень та діяльності українських інститутів громадянського суспільства є затребуваними більше за кордоном, ніж в Україні.

Враховуючи вищезазначене, перед Україною відкриваються перспективи перетворення невдач та поразок в інформаційно-комунікаційному протистоянні, які вона зазнавала до 2014 року, на унікальну систему забезпечення захисту національних інтересів в умовах нелінійності політичних процесів, з якими в таких масштабах і умовах, як наша держава, ніхто у світі не стикався.

3.3. Перспективи інформаційно-комунікаційних практик захисту України в умовах нелінійних процесів сучасності

Для оцінки стану та перспектив інформаційного напрямку політики захисту національних інтересів необхідно розуміти активи, якими володіє держава. До таких активів слід віднести продукти життєдіяльності держави,

як у фізичному, так і образному та смисловому просторах. У рамках дослідження особливий інтерес представляють останні два види простору, у яких циркулюють певні характеристики, за якими оцінюється територія. Як зазначає Т. Нагорняк, «під активами політичних територій слід розуміти сукупність заходів організаційного, інформаційного, правового, культурного та іміджевого характеру, які б були спрямовані на покриття пасивів держави заради прибутків – у вигляді поширення рейтингу довіри до неї, а й відповідно його вартості. Активами держави-нації буде та сукупність матеріальних і нематеріальних ресурсів, які належать країні через її геополітичне становище, історичну спадщину чи здобуті у процесі розвитку» [86, с. 139]. «Пасивами» держави є її обов'язки, займи, кредити, зовнішній борг, внутрішні конфлікти, нелегітимність влади, відчуття громадою себе дискомфортно через незабезпечення їх прав та матеріальну, правову і соціальну небезпеку» [87, с. 755].

Стан та перспективи інформаційного напрямку політики захисту національних інтересів можна оцінити за наступними показниками його активів та пасивів:

Перша категорія – результати оцінки діяльності України як держави у світових рейтингах. Друга категорія – результати сприйняття України за кордоном через медіа присутність. Третя категорія – результати сприйняття України в середині країни. Розуміння і співвідношення цих показників дають можливість оцінити, наскільки інтереси, які продукуються Україною, підтримуються чи не підтримуються громадськістю. Наскільки дії влади, як основного транслятора інтересів, мають підтримку та виступають мобілізаційним ресурсом об'єднання держави для захисту та поширення національних інтересів.

Перша категорія об'єднує результати міжнародних рейтингів, які відображають стан країни за моделлю територіального бренду (т.з. «Шестикутник національного бренду») С. Анхольта [5, с. 21], що включають показники розвитку та стану зовнішньої та внутрішньої політики (державне

управління), експорт (торгівля країни із зовнішнім світом), інвестиції та міграція (рівень залучення інвестицій, бажання залишатися чи покинути країну населенням, її відвідувати тощо), люди (людський капітал), культура та історична спадщина, туризм. Слід зауважити, що територіальний бренд відіграє важливу роль у ідентифікації держави у політико-смысловому просторі. Поле для аналізу виступає оцінка емоційного зв'язку та сприйняття цільовими аудиторіями держави, а також у співвідношеннях заявлених претензій (національні інтереси) до реального стану речей всередині країни.

Друга категорія об'єднує результати моніторингу ЗМК та оцінки соціологічних досліджень щодо сприйняття України за кордоном, результати контент-аналізу інформаційної присутності її у зовнішньому інформаційному просторі. Ця категорія демонструє, наскільки ефективно національні інтереси артикулюються у медійному просторі, і наскільки вони відповідають реальним діям комунікаторів з їх позиціонування, просування та сприйняття цільовими аудиторіями.

Третя категорія – результати соціологічних досліджень, проведених міжнародними та вітчизняними соціологічними структурами, аналітичними центрами щодо оцінки населенням України правильності зовнішньої та внутрішньої політики, підтримки/непідтримки державних інститутів влади, керівників країни тощо. Розуміння цієї категорії індикаторів дає оцінку єдності всередині України і демонструє, наскільки є монолітним суспільство, яке виробляє і артикулює національні інтереси. Розуміння цього індикатору також дає можливість оцінити ризики втрати контролю над політичним простором з причини великого розриву між підтримкою та непідтримкою чинної на політичній території влади.

Для оцінки України у рамках показників першої категорії використані результати рейтингу Anholt-GfK Roper Nation Brands Index [190], Індексу процвітання (The Legatum Prosperity Index) [224], Brand Finance [195] (National Brands 100) [256], Індексу репутації країн світу (Country RepTrak) [191], Рейтингу людського розвитку ООН (Human Development Reports) [220],

Індексу сприйняття корупції (Corruption Perceptions Index) [206], Світового рейтингу конкурентоспроможності (World Competitiveness Ranking) [266], Рейтингу недієздатності держав (The Fragile States Index) [247], Рейтингу якості державного управління Світового банку (The Worldwide Governance Indicators) [257], Індексу щастя (The World Happiness Report) [255].

За даними Anholt-GfK Roper Nation Brands IndexSM у 2015 р., Україна зайняла 46 місце з 50 країн за сприйняттям іміджу. Порівняно до результатів дослідження у 2014 р., національний бренд України піднявся на 2 позиції: з 48 на 46 місце. Україна демонструє прогрес за всіма вимірюваними аспектами сприйняття країни, окрім імміграції (Україна лишилася на 47-ому місці). Найбільше зростання відбулося за показниками «Культура» - з 44 місця у 2014 році на 40 місце в 2015 р. та «Управління» - з 48 на 45 місце. Також спостерігається певне зростання за такими показниками, як «Експорт» - з 45 на 43 місце, «Люди» та «Туризм» - з 46 на 45 місце, порівнюючи з 2014 роком [130].

За даними Індексу процвітання (The Legatum Prosperity Index) у 2016 р. Україна посіла 107 позицію зі 149 оцінених країн [225]. Як зазначено на сайті Індексу, Україна зазнала значних змін за останнє десятиліття: від Помаранчевої революції 2004 р. та президентські вибори 2010 р. проросійського В. Януковича до Революції Гідності, яка повалила його і призвела до тривалого конфлікту з РФ. Ці події сприяли втраті 12 позицій у рейтингу за останні 10 років, що демонструє найнижчий показник серед європейських країн. Не дивно, що найбільший дефіцит процвітання України знаходиться в управлінні, державній безпеці, безпеці та особистій свободі, які зросли з початком збройного конфлікту [225]. Динаміка показників свідчить про взаємозалежність нестабільності в країні та впливу на рівень її сприйняття у контексті оцінки процвітання.

Незважаючи на позитивну динаміку, яку продемонструвала Україна у 2015 р. та збільшення вартості її бренду [166], показники рейтингу Brand Finance Nation Brands також свідчать про низькі позиції країни щодо

привабливості її іміджу на економіку загалом. У глобальному ринку це є одним із найбільш важливих активів (авт. – імідж країни) будь-якої держави, який стимулює залучення інвестицій, збільшення вартості експорту, кількості туристів і кваліфікованих мігрантів. Результати звітів Brand Finance Nation Brands показують переваги сильних національних брендів, а також можливі збитки через вплив негативних глобальних явищ та неефективним управлінням національним брендом [196]. За даними Brand Finance Nation Brands у 2016 р., позиції України зміцнилися на 27%. З 68 позиції у 2015 р. вона перемістилася на 59 зі 100 оцінених країн світу [228, с.15]. Однак, коливання показників та знаходження у другій півсотні свідчать про нестабільність України як цілісної системи, що негативно впливає на загальне її сприйняття, а відповідно на просування та захист національних інтересів.

За даними Індексу репутації країн світу (Country RepTrak), у 2016 р. Україна посідала 59 місце (42,54 бали) серед 70 оцінених країн. Відповідно до методології дослідження, країни, які набрали від 40 до 59 балів, відносяться до країн з поганою та слабкою репутацією. На думку експертів Country RepTrak, такі показники свідчать про перебування країни під диктатурою або в стані нестабільності [191]. Динаміка показників України, за Індексом репутації, свідчить про системні проблеми в державі, які не дозволяють вийти за межі країн з поганою та слабкою репутацією.

За даними Індексу людського розвитку ООН (Human Development Reports), у 2016 р. Україна посіла 84 позицію зі 188 країн світу та віднесена до групи з високим рівнем людського розвитку [34, с. 202-203]. Це свідчить про створення передумов для подальшого розвитку держави, які відповідають Глобальним завданням визначеним ООН щодо подолання бідності та створення гідних умов життя для людей.

Одним із факторів, які впливають на репутацію України, є рівень корумпованості. За даними Індексу сприйняття корупції (Corruption Perceptions Index), Україна знаходиться у категорії країн з високим рівнем корупції. У 2016 р. вона посіла 131 місце з 176 країн світу [207]. Як зазначено

на сайті Transparency International, низький рейтинг в індексі страждає від ненадійних і погано функціонуючих державних установ. Високий рівень корупції процвітає в умовах нестабільності та змови між бізнесом і політиками, до яких віднесена й Україна. Стабільність показників рівня корупції протягом тривалого часу свідчать про проблеми у функціонуванні політичної системи, незважаючи на зміну влади та зовнішньополітичного курсу.

За даними World Competitiveness Ranking, Україна посідає 85 позицію з 138 країн світу [249, с. 5]. Незважаючи на відносно стабільні показники, поступова негативна динаміка розвитку свідчать про слабкі позиції щодо формування та просування національних інтересів як конкурентоспроможної країни. Знаходження у транзиті потенційно створює передумови для подальшого розвитку, але слабкість і нестабільність політичної системи створюють великі ризики падіння України до групи аутсайдерів через слабку економіку, невирішеність конфлікту на Сході країни, військову, політичну та економічну агресію з боку Російської Федерації. Також важливим компонентом, який впливає на рівень конкурентоспроможності, є ефективність державного управління та рівень корупції [249, с. 350].

Станом на 2016 р., за результатами Індексу недієздатності країн світу (The Fragile States Index), Україна знаходиться на 85 з 178 оцінених країн та віднесена до країн з рівнем стабільності нижчим від середнього – небезпечний рівень ризиків [217]. Починаючи з 2010 року, наша держава втрачає позиції, що свідчить про нестабільність ситуації та її слабкість. Значне падіння спостерігається у період 2013-2015 рр. (20 пунктів) на загальному фоні кризових подій, які відбулися в Україні (Революція Гідності, військова агресія з боку Російської Федерації, рівень корупції тощо). Високі показники нестабільності, які межують з ризиком переходу держави до хаосу, демонструють невизначеність, низький рівень розуміння та підтримки національних інтересів.

За даними Світового банку та складеного рейтингу якості державного управління (The Worldwide Governance Indicators), Україна також демонструє низькі показники. У 2015 р. врахування думки населення та підзвітність державних органів (Voice and Accountability) була оцінена на 47,78 балів зі 100 можливих. Політична стабільність та відсутність насильства (Political Stability and Absence of Violence) отримали найнижчу оцінку із 6 показників – 6,19 балів. Ефективність уряду (Government Effectiveness) – 34,62 бали. Якість законодавства (Regulatory Quality) – 33,97 бали. Верховенство права (Rule of Law) – 22,60 бали. Зтримування корупції - (Control of Corruption) – 14,90 балів [258]. Зазначені показники також демонструють незбалансованість України як цілісної системи, що негативно впливає на можливість ефективного захисту національних інтересів. Динаміка показників ефективного управління та збереження негативних показників свідчать про конфлікт між різними групами інтересів, які не можуть знайти узгодженої позиції. Вироблення інтересів, які б об'єднували більшість населення та виступали драйвером розвитку держави для України є вкрай важливими.

Слабкість передумов для формування та просування національних інтересів демонструють показники Індексу щастя. У 2014-2016 рр. Україна посіла 132 місце зі 155 країн світу щодо оцінки її спроможності забезпечити щасливе життя [267, с. 22]. Результати дослідження демонструють рівень благополуччя, ВВП на душу населення, очікувана тривалість життя, наявність громадянських свобод, відчуття безпеки та упевненість у завтрашньому дні, стабільність сімей, гарантії зайнятості, рівень корупції, а також такі категорії, як рівень довіри в суспільстві, великодушність та щедрість. Окрім зазначених опосередкованих показників, основну частину дослідження складають результати опитування громадської думки жителів різних країн про те, наскільки щасливими вони відчують себе, які проводить Міжнародний дослідницький центр Геллапа (Gallup International) [50]. Рівень щастя є показовим індикатором того, наскільки національні інтереси репрезентують

співвідношення між очікуваннями населення та реальними справами в державі.

У рамках другої групи індикаторів оцінки стану та перспектив інформаційного напрямку політики захисту національних інтересів можна віднести результати досліджень закордонних та вітчизняних дослідницьких організацій, аналітичних центрів, консалтингових компаній, громадських об'єднань таких, як Національний інститут стратегічних досліджень України, Центр Разумкова, GfK Ukraine, TNS, Інститут світової політики, Bogush Communication, ГО «Агенція іміджу України», проекти Global Ukraine News та «ОКО» та інші.

Перші публічні та системні дослідження представленості та сприйняття України у світовому просторі були зроблені Центром Разумкова у 2000 р. За результатами дослідження «Міжнародний імідж України: міфи і реальі» можна побачити, що створений іноземними ЗМІ образ України є досить поверховим, фрагментарним і переважно негативним, що свідчить про невизначеність національних інтересів, якими можна було б оперувати в політико-образному та політико-смісловому просторах. Потенціал України, багатство її землі, історії, культури і народу для світової спільноти залишається «terra incognita». Оцінки провідних фінансових установ і рейтингових агентств однозначно вказують на невідповідність української економіки критеріям ефективного розвитку. Експерти наголошують на високому рівні корупції, тіньової економіки, а також відсутності незалежного захисту прав інтелектуальної власності в Україні. Опитування експертів підтвердили розрив між порівняно високим рівнем політичного діалогу і неадекватною економічною основою зовнішньої політики України. Серед негативних рис міжнародного іміджу України помітною є схильність до декларацій, незавжди підкріплених практичними справами, а також не виконання взятих на себе зобов'язань [78 с. 16].

Світова спільнота не знає іншої України – європейської держави з багатими історичними та культурними традиціями, високим науково-

технологічним потенціалом, працьолубними і гостинними людьми. Недостатня присутність України в міжнародному інформаційному просторі ускладнює просування позитивного іміджу України [78 с. 42].

У 2011 р. консалтинговою компанією Bogush Communication (Україна) та Achelis&Partner Public Relations (Німеччина) був реалізований проект з вивчення образів України у закордонному медіа-просторі. За результатами дослідження, було визначено, що у 12 країнах світу у період з 2000 по 2010 років у нашій державі було сформовано такі образи. Україна це: маловпливова і маловідома європейська держава, що знаходиться в пошуках свого місця у світі; молода демократична країна, країна поразки Помаранчевої революції; кризова країна, політично нестабільна, з неефективною владою; Чорнобиль (небезпечна країна); відомі українці: Кличко, Шевченко, Ющенко, Тимошенко, Руслана, Бубка; Проблеми з Росією (під впливом Росії); країна з високими інвестиційними ризиками, корупцією у всіх органах влади; красиві жінки, дешеві повії; країна можливого проведення ЄВРО-2012. Загалом образ України є негативний [164].

У 2010 р. у рамках проекту Бренд «Україна» [24], який був реалізований Міністерством закордонних справ України, було проведено комплексне дослідження щодо сприйняття країни в п'яти провідних країнах ЄС – Німеччині, Іспанії, Франції, Великобританії та Італії. Проведене дослідження виявило переважно низький рівень поінформованості про Україну, а відповідно про її інтереси. Майже 64% респондентів ніколи не цікавилися нашою державою або пам'ятають лише окремі факти з новин про Україну, 22% – поверхово знайомі з нею, і лише 14% добре поінформовані, оскільки бували або регулярно бувають в Україні, цікавляться новинами звідти.

Оцінка іноземцями рис, найбільше притаманних українцям як представникам етносу, виявила низький ступінь визначеності іноземців щодо цього питання. У середньому, 36% опитаним респондентам було важко обрати власний варіант відповіді з 11 запропонованих характеристик.

Найбільш притаманними українцям рисами були визнані: гостинність (54%), працьовитість (53%), гідність (50%) та дисциплінованість (47%). Найменш притаманними рисами українців, на думку іноземців, є толерантність (38%), креативність (36%) та надійність (останнє місце, 35% опитаних).

З п'ятірки опитаних країн Західної Європи найнижчий рівень обізнаності про України у Франції (77% необізнаних), а найвищий - в Італії (3% необізнаних).

Для іноземних громадян Україна є, перш за все, аграрною (так вважає 66% респондентів) та релігійною країною (55%). Лише половина опитаних іноземців вважають, що Україна – це європейська країна. При цьому, кожному п'ятому (20%) було важко відповісти на питання «Чи є Україна європейською країною?», а кожен двадцятий (5%) відповів, що «безумовно, не європейська». На четвертому місці рейтингу асоціацій з нашою державою знаходиться «динамічність розвитку» (42%), на п'ятому – «привабливість для туристів» (41%).

Найменшою мірою Україна асоціюється в іноземців з особистою безпекою: лише 25% вважають, що в Україні безпечно або переважно безпечно [36].

У рамках моніторингу публікацій у провідних міжнародних ЗМІ (зокрема CNN, BBC, The Wall Street Journal і Die Welt та ін), який був проведений Bogush Communication (Україна) та Achelis&Partner Public Relations (Німеччина), у період з січня по вересень 2011 р. було оцінено 334 повідомлення про Україну. З них виявилось 202 негативних матеріалів, 88 - нейтральних і тільки 44 - позитивних. З вересня 2011 р. по березень 2012 р. кількість повідомлень у цих медіа зросла до 1930, більшість з яких - негативні. Таким чином, на цей період кількість негативних повідомлень становила вже 82%. За даними дослідження, серед головних тем, які висвітлювалися в ЗМІ, - масові вбивства тварин та справа Юлії Тимошенко. Серед інших тем - расизм і можливий бойкот Євро-2012 [41].

За результатами медіа-моніторингу, присвяченому висвітленню теми Євро-2012 у закордонних та вітчизняних ЗМІ, проведеного Національним інститутом стратегічних досліджень (2011 р.), більшість матеріалів мали деструктивний характер. Як вказано у доповіді «у розмежуванні інформації за її приналежністю до деструктивної, конструктивної та усієї іншої відбіркової матчі потрапили до останньої категорії. За середньою частотою деструктивна інформація дещо переважає конструктивну, проте їх співвідношення є доволі збалансованим: незначне домінування деструктивних публікацій обумовлене загальною тенденцією звертання уваги журналістів на скандали, труднощі та перешкоди, що відомо як феномен «кривого дзеркала ЗМІ». Принципово іншою є ситуація на порталах перекладних матеріалів: інформація про скандали та негаразди складає 75%, позитивну динаміку підготовки висвітлюють лише 11% [44, с. 34].

Семантичне ядро матеріалів з негативною тональністю становлять лексеми та словосполучення: «ризик», «політичний вплив», «криза», «корупція», «критика», «недостатнє фінансування», «ультиматум». Найбільш яскравими маркерами, що позначали цю тональність, були: «пострадянські біди», «бюрократична дисфункція», «вередливий український парламент», «самотній деспот», «цілковитий занепад», «футбольний Сталінград», «бідний родич», «талісмани національного жаху і приниження», «запізніла дипломатія», «великий гешефт».

Семантичне ядро матеріалів з позитивною тональністю становлять лексеми: «зростання», «прогрес», «готовність», «довіра», «щастя», «інвестиції» [44, с. 35].

Результати дослідження компанії GfK Ukraine на замовлення Інституту світової політики, яке було проведене під час проведення Євро-2012 свідчать, що загалом, сприйняття України уболівальниками виявилось позитивним. 84% залишилися задоволені тим, що Євро-2012 пройшло саме тут (7,5% хотіли б, щоб чемпіонат пройшов в іншій країні), 57% опитаних зазначили, що організація чемпіонату покращила їх сприйняття країни (2% зізналися, що їх

враження погіршилися) і 76,4% хочуть відвідати Україну ще раз як туристи. Разом з тим, на думку європейських уболівальників, щоб поліпшити свій імідж у Європі, Україні слід боротися з корупцією (так вважає 56% респондентів), покращити рівень життя (37%) і звільнити політичних в'язнів (31,3%) [95, с. 35].

Пік активності щодо оцінки зовнішнього сприйняття України у світовому інформаційному просторі припав на події 2013 (Революція гідності) та 2014 рр. (анексія РФ АР Крим, «русская весна», війна на сході України). Враховуючи гібридний характер інформаційно-комунікаційного впливу на образ країни, інтерес до моніторингу та оцінки бренду України зростає.

У 2015 р. компанією TNS на замовлення Інституту світової політики у рамках проекту «Нова європейська політика: Заповнюючи прогалину в інформації» провела опитування 5 594 особи у Великобританії, Іспанії, Італії, Німеччині, Польщі та Франції. Україна, перш за все, асоціюється з конфліктом/війною – таку думку висловили 46% мешканців шести країн ЄС (ця асоціація має великий відрив від інших). Цікаво, що загалом вона лідирує не лише серед усіх відповідей, але й за показником того, що найперше асоціюється з Україною.

На другому місці – ув'язування України з РФ (18%). Така асоціація, вочевидь, пов'язана передовсім з агресією Російської Федерації. Із іншого боку, вона може бути спричинена сприйняттям України як держави, яка історично пов'язана з Росією. Ці два показники займають панівну позицію в усіх країнах, де проводилось опитування. На третьому місці серед асоціацій — сприйняття України як бідної країни - 9% [181, с. 7].

Із невеликим відривом на четвертому місці – перша нейтральна асоціація: Київ (8%). Загалом у невеликих відсотках (від чотирьох і нижче) негативні конотації переплітаються з позитивними. Серед негативних традиційно залишаються криза (загалом), Чорнобильська катастрофа, соціальна нестабільність, насильство, прислуга, мігранти, корупція, політичні проблеми, вбивства, секс-туризм, анархія, Волинська різня, голод, комунізм,

страх, геноцид, економічна криза, а також асоціації, пов'язані з нещодавніми подіями – сепаратизм, падіння літака (Малайзійських авіаліній), анексія Криму тощо.

Позитивним можна вважати той факт, що, попри агресивну пропаганду Росії, асоціація України з фашизмом практично відсутня (лише 23 респонденти – що становить 0,41% опитуваних; більша частина з них – з Іспанії та Італії) [181, с. 8].

Серед позитивних та нейтральних теж багато традиційних уявлень — (Східна) Європа, футбольна команда, Помаранчева революція, синьо-жовтий прапор, агрокультура, Львів, Майдан, красива країна, Євро-2012, Євробачення, незалежність, прагнення приєднатися до Євросоюзу, туризм, їжа, друзі, блондини, Чорне море, культура, козаки, привітні люди, економічний розвиток, Дніпро, пісні тощо.

Асоціація з Майданом (Революцією гідності) досить незначна – лише на рівні 2%. Показово, що Україну асоціюють з Майданом менше, ніж з Помаранчевою революцією (3%). Ці дані можуть стати неприємним відкриттям для тих українців, які вважали, що Революція гідності стала своєрідним переломним моментом у сприйнятті України в ЄС. При цьому європейці визнають великий вклад українців у боротьбі за цінності (про це – нижче).

Є асоціації, які складно віднести до позитивних, чи негативних, наприклад – красиві жінки. Ця асоціація може свідчити, з одного боку, і справді про те, що в Україні красиві жінки, з іншого боку – ще раз підкреслювати те, що українок, на жаль, дуже часто пов'язують з проституцією.

Щодо відомих постатей, то традиційно Україна пов'язується з Андрієм Шевченком (1%) та братами Кличками (2%). Окрім Віталія Кличка, якого більше знають все-таки як спортсмена, Україну асоціюють з двома політиками – Петром Порошенком та Юлією Тимошенко. Україну асоціюють з

Президентом найбільше у Польщі та Німеччині, з колишнім прем'єром – у Польщі та Італії [181, с. 8].

За даними моніторингового проекту «ОКО», що реалізується ГО «Агенція іміджу України» та ГО «RAZOM for Ukraine», у 2016 р. дуже різко знизився інтерес медіа до конфлікту РФ з Україною, війни на Сході та окупації Криму. Найпопулярнішим аналітичним матеріалом, присвяченим згаданому конфлікту, стала вищезгадана колонка В. Пінчука «Україна повинна піти на болісні компроміси заради миру з Росією», опублікована у *The Wall Street Journal*, (понад 10,5 тисяч уподобань, поширень та коментарів), а також допис «Чому Україна потребує Росію більше, ніж будь-коли» (автор – експерт Валдайського клубу Ніколай Петро) у *The Guardian* (7,8 тисяч уподобань, поширень та коментарів). Колонка М. Саакашвілі у *New York Times* «Чому Україна програє війну проти корупції» набрала 6 тисяч уподобань, поширень та коментарів у соціальній мережі Facebook і посіла третє місце за резонансом серед публікацій листопада.

Найбільш резонансними у 2016 р. були матеріали, де Україна згадувалась у контексті таких тем: перемога Джемали на Євробаченні; передвиборча риторика Д. Трампа та скандал з керівником передвиборного штабу Трампа П. Манафортом; подробиці та наслідки катастрофи рейсу МН-17 [165].

Серед інших тем, які отримали резонанс з-поміж читачів закордонних медіа, виокремлюються такі: спортивна тематика (перемоги українських параолімпійців та олімпійців у Ріо, футбол); референдум у Нідерландах та інші новини, пов'язані з наданням Україні безвізового режиму; 30-річчя Чорнобильської катастрофи; фандрейзингова кампанія, організована Папою Римським на гуманітарну допомогу Україні; голосування України в ООН проти резолюції щодо дій Ізраїлю; корупція в Україні (зокрема, у контексті розкриття даних після запуску системи електронного декларування).

Цікавим є збільшення інтересу до історії та культури України. Наприклад, стаття «25 захопливих фактів, які ви, найімовірніше, не знали про

Україну» у The Telegraph отримала показник соціального резонансу в 13,6 тисяч, а опис традицій святкування Старого Нового року (Маланки) в National Geographic під назвою «Костюмовані ведмеді, танці, пампушки – Новий рік в Україні» – 9,4 тисяч. Ще один тренд – розвідки про українські віночки. Наприклад, стаття «Відродження неймовірних квіткових корон зі старих українських весільних фотографій» в Atlas Obscura отримала соціальний резонанс у 18,1 тисячу, матеріал «В Україні вінок означає більше ніж ви думаєте» в Vogue.com - майже 12 тисяч. Також дуже популярним став допис у Vogue.com «Рух Made-in-Ukraine у модній революції» [165].

Про революцію пишуть також у напрямку культури: стаття «Нова революція Києва: молоді українці пришвидшують культурне відродження на тлі конфлікту», опублікована в The Guardian», набрала 6,4 тисячі уподобань, поширень та коментарів.

На першому місці за популярністю у червні (5,3 тисячі уподобань, поширень та коментарів) опинилася новина BBC про те, як СБУ попередило теракти на тему «Українська служба безпеки затримала француза, що планував атаки під час Євро–2016». Статтю передруковували багато ЗМІ і подібна успішна робота українських державних служб насправді добре відображається на іміджі України.

Ще одним проривом став репортаж в The New York Times про проект ветерана АТО Л. Остальцева «Pizza Veterano» («Українські військові ветерани змінили жар бою на печі для піци»), який набув 6,1 тис. коментарів, лайків та репостів [165].

За даними проекту «Global Ukraine News», у період з листопада 2016 по квітень 2017 р. щотижневі вибірки про найбільш резонансні матеріали на українську тематику в англomовних іноземних ЗМІ продемонстрували, що західні видання «найчастіше апелювали до тих тематик, які набирали чимало розголосу і в українській пресі, проте часто поєднуючи їх з двома великими світовими тенденціями: нерегульованою політикою Росії та санкціями й виборами у США.

Серед матеріалів стосовно АТО та Криму найчастіше фігурували такі тематики, як: заборона в'їзду певним європейським політикам (наприклад, Марін Ле Пен) до України, бої в Авдіївці, розташування чималої кількості російських військ на кордоні з Україною, українські жінки-військові. Окремим тематичним відгалуженням можна визначити матеріали про військову співпрацю зі США [39].

Ще однією темою, яку визначено як найбільш популярну, була євроінтеграція, де ЗМІ писали про голландський фактор та висвітлювали поступ України на шляху до безвізу. За підрахунками, кількість єврооптимістичних матеріалів була меншою за кількість європесимістичних матеріалів. Частина статей стосувалася окремих персоналій (М. Саакашвілі – матеріали про політика на початку листопада були частими в англomовних ЗМІ; А. Деєвої та Д. Фірташа) та іноземних політиків (зокрема, про візити Байдена та Маккейна до України). Писали іноземні ЗМІ і про кримінальні та скандальні новини з України: вбивства (січневе подвійне вбивство на Одещині; матір, яка залишила дітей на 9 днів самих; вчителька, яка торгує дітьми, тощо), міжнародні скандали (антиєврейські скандування в Києві), опозиційні мітинги в листопаді [39].

Чимало статей стосувалося і дипломатичних перемог України: засідань Суду ООН у справі Україна проти Росії, постанови суду про повернення «скіфського золота» до України, рішення ГА ООН про засудження російської агресії тощо. Висвітлювали ЗМІ й питання, пов'язані з українською культурою (як-от книга «Ворошиловград» С. Жадана, фільм «Гірки жнива», традиції святкування Різдва), неймовірними українськими відкриттями (народження дитини від трьох батьків, винахід батареї, що тримає 12 років) та важливими історичними подіями в Україні (найчастіше це річниці Майдану та Голодомору) [39].

«Сплески» позитивного сприйняття України традиційно відбувається у періоди великих міжнародних подій, але вони носять тактичний характер та є такими, що привертають увагу до країни, але не можуть забезпечити

сприйняття бренду «Україна» серед зовнішніх аудиторій, на системному та керованому рівні.

За даними дослідження GfK Ukraine (травень 2017 р.) щодо сприйняття України під час проведення конкурсу «Євробачення–2017», 24% опитаних вказали, що Україна у них асоціювалася з війною перед тим, як вони приїхали на Євробачення. Після візиту до України «воєнна асоціація» не прозвучала взагалі. Іноземці наголосили (34%), що тепер головна асоціація з Україною – «гостинність, чудові позитивні люди» [182, с. 3].

Кількість тих респондентів, які раніше відвідували Україну і які ніколи не були в нашій державі, приблизно однакова: уперше були в країні 54%. Більшість респондентів – а це 72% – не мали жодних побоювань перед відвідинами України. Із тих, хто побоювався (лише 28%), зізналися, що просто не знали, наскільки безпечно у Києві, позаяк у країні тривають воєнні дії – таких було 56%.

Важливе спостереження: представники країн ЄС обирали цей варіант удвічі частіше, ніж вихідці з інших країн. Дещо менше, але все ж суттєва кількість гостей (43%) зізналися, що боялися терактів у Києві. 51% гостей зазначили, що Україна цілковито виправдала їхні очікування, а 47% наголосили, що вона навіть перевершила всі сподівання. Розчарованих виявилось вкрай мало – всього 1%. Абсолютна більшість опитаних – 92% – сказали, що хотіли б знову повернутися до України.

Із українських представників шоу-бізнесу (не обов'язково учасників Євробачення) асоціюється в гостей Україна з такими постатями. Більшість назвали Джамалу (76%), майже порівну набрали Руслана і Верка Сердючка (25% і 23% відповідно). Зі Святославом Вакарчуком асоціюють Україну 11% гостей, з Ані Лорак – 9%. Останніх обирали передовсім гості, які не представляли країни Євросоюзу.

Неочікувано оптимістичними виявилися закордонні візитери Євробачення щодо майбутнього членства України в Євросоюзі. Так, 54% гостей сказали, що Україна стане членом ЄС уже в наступні п'ять років.

Цікаво, що такої думки дотримуються однаковою мірою як представники самих країн ЄС (53%), так і ті, хто не належить до єсівських країн.

П'ята частина опитаних (19%) вірить, що Україна увійде до європейської сім'ї в наступну десятирічку. Варіант щодо 20 років обрало не так багато опитаних – лише 6%. Не бачать Україну в ЄС лише 1%, хоча ще майже 20% не змогли визначитися з думкою [182, с. 4].

Попри те, що російська влада намагається нав'язати іноземцям уявлення про конфлікт на Донбасі як суто внутрішній, гості Євробачення виявилися більш обізнаними. 70% опитаних чітко визначили конфлікт як міждержавний – як війну між Росією та Україною. Лише 4% вважають конфлікт внутрішнім – громадянською війною (ця частка однакова як серед респондентів з країн ЄС, так і з країн поза нього). 5% вважають, що насправді відбувається війна Росії і Заходу (поза ЄС таких респондентів дещо більше – 8%). Важко було сформулювати свою думку 19% опитаним [170, с.6].

Більшість респондентів також сказала, що саме Росія несе найбільшу відповідальність за розпалювання конфлікту з Україною – 66%. Інші варіанти не набрали і 5%. У вину України вірить лише 1% – більшість із тих, хто обрав цю опцію мешкає поза ЄС.

Окремої уваги слід приділити образу України у Російській Федерації. Якщо на заході про нашу країну існують фрагментарні знання, то у РФ йде цілеспрямована політика щодо формування негативного образу України. За даними Всеросійського центру дослідження громадської думки (ВЦДГД), станом на червень 2017 р., Україну 31% росіян вважає одним із основних джерел військової агресії. Причому основна маса, хто дотримується такої думки, проживає у великих (понад 500 тис. населення), середніх (від 100 до 500 тис.) та малих (менше 100 тис.) населених пунктах [42]. За даними «Левада-Центру» станом на травень 2017 року, негативно до України ставляться 59% опитаних росіян. Загалом динаміка результатів опитування демонструє коливання ставлення росіян до України, як до ворога. Але політичні дії з боку України, які не вписуються у національні інтереси

Російської Федерації (наприклад, декомунізація) впливають на інформаційну політику щодо позиціонування України у російському інформаційному просторі. Як зазначає заступник директора «Левада-Центру» О. Гражданкін: «все більше росіян вважають Україну ворогом, оскільки конфлікт не вирішується, через це є проблеми іміджу Росії, які позначаються і на житті пересічних росіян – падіння курсу рубля, неможливість поїздок за кордон, тощо» [74].

Третя категорія показників, яка демонструє ставлення населення до влади та інститутів, що формують та реалізують політичний порядок денний, стан добробуту є найважливішою при оцінці стану та перспектив інформаційного напрямку політики захисту національних інтересів.

За даними Центру Разумкова на травень 2017 р., серед інститутів держави та суспільства найбільшу довіру громадян мають волонтерські організації (їм довіряють 66% опитаних), Церква (63,3%), Збройні Сили України (55,9%), Національна гвардія України (49%), добровольчий рух (територіальна оборона) (45,2%), Державна служба з надзвичайних ситуацій (45%) – число респондентів, які довіряють цим інститутам, на статистично значимому рівні перевищує кількість тих, хто їм не довіряє.

Президенту України довіряють лише 22% опитаних, не довіряють – 71,9%, Уряду – відповідно 12,8% і 81,9%, Національному банку – відповідно 11,7% і 81,5%), Верховній Раді – відповідно 9% і 86,6%, прокуратурі – відповідно 9,5% і 83,3%, судам – відповідно 7% і 86,6% [140, с. 2].

Національному антикорупційному бюро України довіряють 21,3% опитаних, не довіряють – 64,8%. Довіру до державного апарату (чиновників) висловили 7,9% опитаних, не довіряють – 87%. Вкрай низький рівень довіри мають також політичні партії (відповідно 8,6% і 83,5%), комерційні банки (відповідно 10,4% і 83,9%), засоби масової інформації Росії (відповідно 3,4% і 85,2%).

Дії Президента України повністю підтримують 4,4% опитаних, підтримують окремі дії – 39,1%, не підтримують – 51,7%. Дії Уряду –

відповідно 2,4%, 29%, 61,9%, дії Прем'єр-міністра – відповідно 3,9%, 31,3% і 57,9%, Верховної Ради України – відповідно 1,9%, 25,2%, 67,5%, Голови Верховної Ради України – відповідно 2,7%, 25,1%, 62%, Національного банку України – 2,3%, 17,3%, 67,3% [129, с. 2].

Станом на листопад 2016 р., за даними Центру Разумкова, лише 17,4% опитаних вважали, що ситуація в країні розвивається у правильному напрямі, 66,8% – що в неправильному. Водночас, 17,8% респондентів дотримуються думки, що Україна здатна подолати існуючі проблеми та труднощі протягом найближчих кількох років (у квітні 2016 р., так вважали 16,5%), 43,2% – що труднощі можуть бути подолані у більш віддаленій перспективі (у квітні 2016 р. таку відповідь дали 47,2%), 23,9% – що взагалі не здатна їх подолати (у квітні 2016 р. – 22,6%) [98, с.2].

Схожі показники демонструє ставлення до основних державних інституцій, які повинні забезпечувати стабільний розвиток держави, демонструють результати досліджень «Соціологічної групи «Рейтинг» (червень 2017 р.). За їх даними, за 2016 р. у більш як 60% опитаних погіршилося матеріальне становище, у 30% воно не змінилося, лише у 6% – покращилося, 2% – не визначилися з відповіддю. Більше ніж 60% опитаним не під силу сплачувати рахунки за житлово-комунальні послуги, 35% мають змогу їх оплачувати, ще 3% не визначилися. Абсолютна більшість (97%) опитаних відчувають на собі підвищення цін на споживчі товари і послуги у цьому році [40].

На думку 65% опитаних, головною причиною того соціально-економічного стану, в якому зараз перебуває країна, є непрофесіоналізм та корупція чинної влади. 54% вважають головною причиною воєнні дії на Сході, 31% – неспроможність Верховної Ради ухвалювати потрібні країні закони, 28% – непрофесіоналізм та корупцію попередньої української влади. При цьому якщо на Заході країни основною причиною вважають воєнні дії на Сході та непрофесіоналізм і корупцію попередньої влади, то на Півдні та Сході більше відзначають непрофесіоналізм і корупцію чинної влади,

неспроможність Верховної Ради ухвалювати потрібні закони, відсутність політичного компромісу між опозицією та владою, проведення зовнішніми силами спецоперації з метою ослаблення України як економічного конкурента та низьку підтримку населенням реформ.

З тезою, що Україна сьогодні перебуває у стані хаосу, погоджуються 85% опитаних (10% не погоджуються, 4% – не визначилися), у стані розвалу – 75% погоджуються (17% не погоджуються, 7% - не визначилися), у стані змін – 44% погоджуються (50% не погоджуються, 7% – не визначилися), у стані розвитку – 21% погоджуються (71% не погоджуються, 8% - не визначилися), консолідації – 17% погоджуються (58% не погоджуються, чверть – не визначилися) [40].

Згідно з результатами дослідження, проведеного Соціологічною групою «Рейтинг» у грудні 2016 р., найменший щоденний рівень стресу у респондентів викликають сімейні стосунки, професійна діяльність та зовнішнє оточення, найбільший – війна та військова загроза, соціально-політична нестабільність у країні, корупція та власний фінансовий стан [41].

За даними «Фонду демократичних ініціатив імені Ілька Кучеріва», у 2016 р., на думку громадян, у більшості сфер життя становище в Україні істотно погіршилося [3]. Найбільш негативні зміни сталися у рівні цін та тарифів – тут погіршення зазначило 88,5% населення, в економічному становищі України (77%), у рівні стабільності (75%), упевненості громадян у завтрашньому дні (74%), рівні добробуту родини (73%). Окрім того, переважно погіршення ситуації було зазначене у ситуації із злочинністю (62%), у сфері ставлення громадян до влади (59%), в охороні здоров'я (54%), в оплаті праці (54,5%), соціальному захисті (49%), пенсійному забезпеченні (49%), дотримання законності державними службовцями (43%). Переважно не змінилося становище у таких сферах, як становище російськомовного населення (69%), становище україномовного населення (70%), становище релігійних та етнічних меншин (64%), міжнаціональні стосунки (64%), рівень свободи слова (49%), рівень демократії (46%), дотримання прав і свобод

(46%), освіта (43%) [3]. Єдиною сферою, де громадяни відзначили покращення ситуації, є обороноздатність країни – зміни на краще позначили 40% населення (на гірше – 21%). Розділилися думки щодо міжнародного іміджу України: 27% громадян вважають, що імідж змінився на краще, 32% – на гірше і 27% думають, що він не змінився. Загалом ситуація в країні, на думку 73% населення, змінилася на гірше (у 2015 р. – 74%).

Якщо порівняти з минулим, 2015 р., найбільші зміни на гірше громадська думка відзначила у ситуації із злочинністю (у 2015 р. погіршення відзначали 47% населення, у 2016 – 62%), пенсійному забезпеченні (40% і 49%), соціальному захисті (40% і 49%).

Лише 17% населення впевнені, що Україна здатна подолати існуючі проблеми і труднощі у найближчі кілька років, 49% вважають, що це відбудеться, але у більш віддаленій перспективі, а 19,5% загалом переконані у неспроможності країни [3].

У 2016 р. найбільшу довіру громадян мали волонтерські організації – довіра переважала недовіру на 44%. Загалом довіру громадян мають насамперед інституції, пов'язані з обороною країни: Збройні сили України (баланс довіри-недовіри становить +36%), добровольчі батальйони (+33%), Національна гвардія України (+28%), Державна прикордонна служба (+12%). Позитивний баланс довіри мають також церква (+30%), громадські організації (+8.5%), патрульна поліція (+5%), ЗМІ України (+4%).

Найвищим рівнем недовіри відзначаються засоби масової інформації Росії (-78%), державний апарат (-74%), суди (-72%), комерційні банки (-73%), Національний банк України (-65%), Верховна Рада України (-69%), прокуратура (-67%), політичні партії (-67%). Далі за рівнем недовіри йдуть: Уряд України (-55%), Президент України (-45%), поліція (-44%), обласні держадміністрації (-34%), районні державні адміністрації (-28%), профспілки (-27%), Національне антикорупційне бюро (-29%), західні ЗМІ (-22%), Служба Безпеки України (-20%), Уповноважений Верховної Ради з прав людини (Омбудсмен) (-12%), органи місцевого самоврядування (-11%) [3].

За даними Київського міжнародного інституту соціології (травень 2017 року), абсолютна більшість опитаних (72%) занепокоєна війною на Сході України. Також серед проблем, які найбільше непокоять українців – рівень життя (60%), економічна ситуація (47%) та безпека України (21%). З усіх проблем, зазначених у питанні, найменше українців турбує статус російської мови в Україні (1%) та відносини між громадянами України різних національностей (2%) [3].

Дисбаланс в очікуваннях та сприйнятті держави як сукупності політичних процесів та інститутів, вимагає пошуку нових моделей комунікації між державою (державними органами, які уособлюють офіційну владу), громадянами та зовнішніми аудиторіями. У контексті дослідження особливий інтерес представляє напрям реформування системи стратегічних комунікацій, який реалізується Міністерством інформаційної політики України.

Починаючи з 2015 р., Міністерство розпочало системне реформування державних комунікацій, які є недостатньо розвиненими та не відповідають сучасним викликам. Аналітичне дослідження стану державних комунікацій, яке було проведене Центром інформації та документації НАТО в Україні, виявило такі слабкі сторони:

- Відсутність взаємодії між установами.
- Відсутність стратегічного наративу та ключових повідомлень.
- Відсутність загального розуміння того, що таке стратегічні комунікації.
- Відсутність координації зусиль донорів і партнерів.

Це призвело до наступних наслідків: нерозуміння державної політики українським суспільством; відсутність публічно видимих результатів змін від діяльності державних органів влади та недостатньо ефективна протидія російській пропаганді [171].

На сьогодні, мета МІП полягає у створенні ефективної системи державних стратегічних комунікацій. На думку розробників, система

стратегічних комунікацій повинна працювати на підтримку національних інтересів України та забезпечувати довіру до держави.

Цілями розвитку спроможностей стратегічних комунікацій визначено:

- створення системного підходу до державних стратегічних комунікацій;
- встановлення механізму координації комунікації між різними органами влади (міжвідомча координація);
- зміна підходу до кризових комунікацій від реагування на кризу до управління ризиками (проблемними питаннями);
- забезпечення професійної підготовки державних комунікаторів [171].

Серед основних кроків підвищення рівня стратегічних комунікацій визначено:

- розробка принципів міжвідомчої комунікації - від стратегічного до тактичного рівня;
- розробка базових документів та правил, які окреслюватимуть функції та мету стратегічних комунікацій;
- розробка функцій та структур для всіх ключових гравців систем державних стратегічних комунікацій;
- створення зв'язку між розробкою та плануванням комунікаційної політики, зокрема на найвищому національному стратегічному рівні, та на рівні окремих міністерств і департаментів;
- розробка механізмів координації та принципів на міжвідомчому рівні [171];
- надання ключовим гравцям повноважень для здійснення та контролю функції стратегічних комунікацій;
- забезпечення необхідними технічними та інфраструктурними засобами;

- введення дисциплін стратегічних комунікацій в освітні програми підготовки профільних фахівців;
- розробка єдиної термінології, курсів та вимог до фаху [171].

За результатами оцінки проблем, наслідків та першочергових кроків МПП було розроблено модель державної системи стратегічних комунікацій.

Ця модель включає в себе такі рівні: стратегічний, операційний та допоміжні функції. Стратегічний рівень передбачає міжвідомчу координацію верхнього рівня у вигляді унормованого механізму, який забезпечує єдність підходів органів державної влади у здійсненні та управлінні комунікаціями на міжвідомчому рівні, на рівні комунікацій держави з громадянами та іноземними партнерами. Цілями є: досягнення сумісності; досягнення високого рівня співпраці; уніфікація теоретичної бази; покращення матеріально-технічної бази. Також цей рівень передбачає кризові комунікації, як інструмент оперативного реагування на події, які несуть системні загрози національним інтересам.

Основними операторами реалізації державної інформаційної політики на стратегічному рівні є Адміністрація Президента, Апарат РНБО, Секретаріат Кабінету Міністрів, Міністерство інформаційної політики, Міністерство закордонних справ, Служба безпеки та Міністерство надзвичайних ситуацій України [171].

Операційний рівень передбачає реалізацію зв'язків з громадськістю на рівні відомств та їх структурних підрозділів, публічну дипломатію та спеціальні інформаційні операції. Також на цьому рівні передбачається формування нових комунікаційних відомств у силовому блоці (ЗСУ, Національна гвардія). У сфері публічної дипломатії – створення Управління публічної дипломатії в МЗС України, у т.ч. підрозділ культурної дипломатії.

На цьому рівні основними операторами є Секретаріат Адміністрації Президента, Міністерство інформаційної політики, Міністерство закордонних справ, інші міністерства та відомства.

Серед допоміжних функцій (як рівень моделі) визначаються: система навчання та професійного розвитку; засоби інформаційного забезпечення (єдина система моніторингу та аналітики); створення системи виробництва контенту, що відповідає потребам Уряду. Основними операторами цього рівня є Апарат Ради національної безпеки та оборони, Секретаріат Кабінету міністрів, Міністерство інформаційної політики, Міністерство оборони, Національний інститут стратегічних досліджень, міністерства та відомства [171].

Сильними сторонами вищезазначеної моделі є намагання забезпечити координацію та злагодженість дій між структурними елементами системи стратегічних комунікацій, визначення ризиків на початковому етапі, їх хеджування. Важливим аспектом цієї моделі, якого до 2015 р. не було в Україні, є включення у державний дискурс категорії «стратегічний наратив».

Однак, запропонована МПІ модель зосереджена на реалізації інформаційно-комунікаційної політики на вищому - національному рівні, а саме на рівні Президента, Кабінету Міністрів, Ради національної безпеки та оборони України, міністерств та головних управлінь відомств. Запропонований варіант моделі не включає участь у формуванні та реалізації інформаційного напрямку політики захисту національних інтересів громади, які після проведення реформи місцевого самоврядування стануть основними територіальними одиницями в Україні. На думку автора, розрив між національною та регіональною інформаційно-комунікаційною політикою призведе до створення взаємонепорозуміння між центральними органами влади та місцевого самоврядування. Запропонована модель МПІ перекриває лише частину політичної системи, яка забезпечує загальне управління державою на рівні Президента, Кабінету Міністрів України, міністерств та відомства вищої ланки, взаємовідносин із зовнішнім світом (Міністерство закордонних справ).

В умовах, коли держави-нації як інститути-монополісти управління територіями втрачають важелі впливу на своїх громадян, ігнорування

включеності та інтересів базових одиниць територіального устрою держави (територіальні громади, зокрема міста) у загальнонаціональну політику є вкрай небезпечною. На сьогодні спостерігається глобальна тенденція до формування конкуренції між державами та містами, які входять до їх складу. В умовах глобалізації міста можуть самостійно забезпечувати себе та ставати автономними центрами впливу поза межами держави, маючи достатньо власного фінансового та людського капіталу [63]. У такому стані центральні органи влади повинні забезпечувати свої громади «привабливими пропозиціями», які будуть задовольняти їх потреби, створюючи умови для формування довіри та взаємної зацікавленості між центром та периферіями. Держави-нації повинні будувати всю систему управління не на вертикальному підпорядкуванні, а на створенні спільноти, яка об'єднується на базі спільних цінностей, інтересів та збереженні взаємної зацікавленості, включеності у вироблення та реалізацію спільної політики.

Нелінійність політичних процесів, відкритість політико-образного та політико-сміслових просторів сприяють змінам парадигми інформаційно-комунікаційної діяльності територій у бік субсидіарної моделі, яка забезпечує залучення широкого кола зацікавлених сторін у реалізації інформаційного напрямку політики захисту національних інтересів.

Особливістю цього переходу є вироблення певного «іміунітету» до непередбачуваних впливів (теорія антикрихкості Н. Талеба), делегування повноважень зацікавленим сторонам, які готові налагоджувати комунікацію та поширювати необхідні смисли серед своїх цільових аудиторій за умов збереження та дотримання стратегічних цілей і національних інтересів держави (концепція попереджувального управління Л. Фуерта), створення «автономних мереж», які забезпечать оперативне реагування на зовнішні та внутрішні виклики, зможуть створювати нові зв'язки між собою у залежності від загроз та завдань, які стоять на захисті національних інтересів, оминаючи центр системи, із збереженням базових параметрів політики території (концепція нейромережевої моделі політичного процесу М. Польового).

Формування структури інформаційно-комунікаційної системи захисту національних інтересів на базі субсидіарної моделі в умовах нелінійності, дозволяє задіяти різні структурні елементи для вирішення конкретних завдань з урахуванням змін умов існування самої системи, у т.ч. на рівні інформаційно-комунікаційних обмінів.

В умовах нелінійних політичних процесів держави-нації стикаються з різноплановими і різновекторними впливами з боку великої кількості політичних та неполітичних акторів, які мають власне бачення та інтерпретацію дійсності, а головне – власні інтереси. Вони намагаються формувати порядок денний політичного, суспільного, економічного, культурного життя власних та інших систем. Такі впливи реалізуються через інформаційно-комунікаційні технології у трьох напрямках. Перший – створення та збереження власного інформаційно-комунікаційного простору, який через систему смислів та образів забезпечує єдність та відносну стабільність. Другий – входження в інформаційно-комунікаційний простір інших систем з метою заміни або доповнення аутентичних смислів та образів задля просування власних інтересів та зміни поведінки структурних елементів на свою користь. Третій – протидія зовнішнім впливам з метою збереження внутрішньої стабільності та керованості процесами, формування стійких вузлів зв'язку з «дружніми» системами.

У сучасних умовах для України інтерес представляє перший напрям, який націлений на збереження цілісності та незалежності національного інформаційного простору за участю базових територіальних одиниць на рівні територіальних громад (далі – ТГ), громадянського суспільства (далі – ГС) та обласних державних адміністрацій (далі – ОДА). В умовах децентралізації ТГ та ГС виступають основними драйверами розвитку певних локальних територій, а облдержадміністрації – хабами між територіальними громадами, громадянським суспільством та центральними органами влади.

Враховуючи трансформації, які відбуваються в Україні, парадигмальні зміни у принципах формування та реалізації державної політики, збільшення

впливу громад та громадянського суспільства на прийняття політичних рішень вимагають удосконалення моделі інформаційного напрямку політики захисту національних інтересів держави. Аналіз реалізації цього напрямку свідчить про перехід від вертикальної до субсидіарної моделі (Рис. 3.1).

Перехідний період визначається наступними параметрами. По-перше, попередні практики реалізації політики «зверху» до «низу» втрачають свою актуальність, бо не відповідають сучасним викликам і запитам суспільства. По-друге, реформа децентралізації розширює повноваження ТГ на управління територією, у т.ч. в інформаційно-комунікаційній сфері. По-третє, отримання цих повноважень вимагає відповідної кваліфікації виконавців політики. По-четверте, зосередження політичної активності у ТГ повинно сприяти залученню ГС до управління територією. Однак, сучасні практики свідчать, що інститути громадянського суспільства (далі – ІГС) недостатньо включені в цей процес. Це пов'язано як з низьким фаховим рівнем ІГС щодо розробки та впровадження політики, так і з нерозумінням владою, яким чином можна використати їх потенціал.

Враховуючи вищевказані параметри найбільш підготовленими для реалізації інформаційного напрямку політики захисту національних інтересів на місцях є обласні державні адміністрації. Саме ці структури повинні стати комунікаційними хабами, які повинні:

- адаптувати національну політику під запит місцевих громад;
- допомагати територіальним громадам на етапі становлення відбивати інформаційні атаки та впливи;
- модерувати процес комунікацій ТГ та ГС з цільовими аудиторіями;
- проводити моніторинг та оцінку загроз;
- передавати центру прийняття рішень (далі – Центр) запит локальних ТГ та ГС на порядок денний національної політики, у т.ч. щодо захисту національних інтересів.

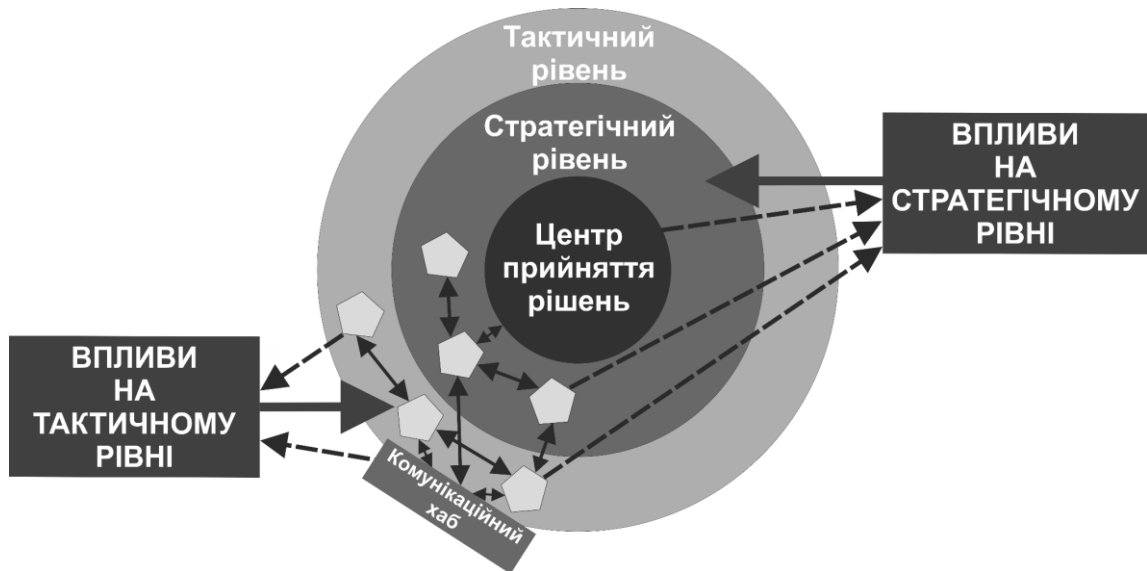


Рис. 3.1 Перехідна модель інформаційного напрямку політики захисту національних інтересів держави*

Перехідна модель інформаційного напрямку політики захисту національних інтересів складається з:

- Центру (центральні органи державної влади, які за своїми повноваженнями відповідають за формування та впровадження стратегії розвитку держави). Це - Адміністрація Президента, Рада національної безпеки та оборони, Міністерство інформаційної політики України;
- елементів системи – сукупності структурних одиниць (органи місцевого самоврядування, громади, громадянське суспільство, юридичні та фізичні особи), об'єднаних спільними характеристиками такими, як громадянство, постійне проживання на території України, визнання та дії в рамках національної юрисдикції, самоідентифікація себе, як частини держави-нації тощо. Елементи системи можуть складатися як з політичних інститутів (органи державної влади та місцеві органи влади, інститути громадянського суспільства, ЗМІ тощо), так і з окремих юридичних (у першу чергу бізнес-структури) та приватних осіб, які впливають на політичні процеси в середині держави та за її межами;

* Складено автором

Слід зауважити, що інформаційно-комунікаційна діяльність не зосереджена лише на роботі прес-служб державних органів влади та місцевого самоврядування. Мова йде про імплементацію національних інтересів у вигляді смислового та образного наповнення інформаційного простору громад, виявленні загроз, їх попередження, формування інформаційного порядку денного, формування запиту та адаптації загальнонаціональної політики на місцевому рівні тощо.

- комунікаційних хабів – які є контактними вузлами між елементами та Центром системи. У контексті авторської моделі під комунікаційними хабами розуміються облдержадміністрації, які виступають своєрідними містком між центральними органами влади, ТГ та громадянським суспільством. Основними завданнями хабів є визначення загроз на локальному рівні, модерування процесом комунікацій ТГ та ГС з цільовими аудиторіями, адаптація загальнонаціональної політики під запити та потреби регіону (області), формування та передача локального порядку денного до центральних органів влади. На етапі перехідного періоду саме комунікаційні хаби несуть відповідальність за реалізацію інформаційного напрямку політики захисту національних інтересів на тактичному рівні. Більшість їх функцій будуть завершені тоді, коли ТГ та ГС стануть спроможними до управління комунікаційними процесами та захисту національних інтересів на локальному рівні (рівні територіальних громад);

- каналів комунікації – сукупності технічних засобів та інструментів, через які йде трансляція інформації та забезпечується зворотній зв'язок між структурними елементами, комунікаційними хабами та центром системи, як на горизонтальному (між елементами системи), так й вертикальному рівні (між елементами системи та Центром). Слід зауважити, що ці канали комунікації можуть змінювати свою конфігурацію в залежності від ситуації та завдань, які стоять перед елементами мережі;

- стратегічних наративів – сукупності образів та смислів, у яких закладені базові характеристики національних інтересів, адаптованих під інформаційно-комунікаційні запити та потреби цільових аудиторій.

Базовими функціями моделі є:

- моніторинг та оцінка загроз - у цій функції особливе місце займає саме елементи мережі, які знаходяться найближче до зовнішнього світу та прямих інформаційно-психологічних впливів. Вони виконують роль рецепторів, що реагують на будь-які імпульси, які несуть загрозу державі у зовнішньому та внутрішньому просторах. Через комунікаційні хаби отримана інформація надсилається до Центру системи для прийняття стратегічних рішень на системному рівні; одночасно – до інших елементів;

- адаптація інформаційно-комунікаційної мережі під поточні умови та загрози, у яких знаходиться «держава-нація» зі збереження базових параметрів (національних інтересів, закладених у стратегічні наративи). Ефективне виконання цієї функції дозволить оперативно підлаштувати окремі елементи та мережу загалом під поточні умови;

- мобілізація елементів структури з метою локалізації окремих або серії випадків у конкретних секторах системи, а також надання допомоги іншим елементам у протидії загрозам;

- управління інформаційно-комунікаційною сферою, як на рівні окремих елементів (тактичний рівень) (Рис. 2.1 і Рис. 3.1), так і мережі загалом (стратегічний рівень) (Рис. 2.1 і Рис. 3.1);

- комунікація – обмін інформацією та забезпеченням зворотного зв'язку всередині структурних елементів, іншими елементами та Центром системи;

- взаємний контроль щодо відповідності національної та регіональної політики спільним інтересам.

Управління інформаційним напрямом політики захисту національних інтересів здійснюється на стратегічному (загальнонаціональному) та

тактичному (локальному) рівнях, а також на рівні координації спільних дій між центром та елементами системи.

Під стратегічним рівнем розуміється сукупність управлінських дій на рівні центральних органів влади, структур та організацій із загальнонаціональними компетенціями (наприклад, забезпечення оборони, офіційних міжнародних відносин з іншими державами тощо). На цьому рівні достатньо логічно вписується запропонована МІП модель стратегічних комунікацій. Під тактичним – сукупність управлінських дій на рівні окремих елементів у межах базових параметрів всієї мережі, але в умовах та поточній ситуації, у якій знаходиться кожний окремий елемент або їх група.

Окремо треба виділити рівень координаційного управління, який забезпечує взаємодію між елементами (громадами) та центром системи (державні органи влади) через комунікаційні хаби (облдержадміністрації). На думку автора, на цьому рівні доцільно впровадити інститут громадських радників Міністерства інформаційної політики України, на кшталт громадських радників з питань вимушено переміщених осіб, які працюють у рамках Міністерства соціальної політики України за підтримки Уряду Великої Британії. Програма радників складається з мережі 30 експертів, які надають консультації спеціалістам системи соціального захисту на місцевому та національному рівнях задля вирішення проблемних питань переселенців. Програма повинна забезпечити підтримку співпраці органів влади з громадянським суспільством з метою успішного реформування соціальних інституцій та розбудови правової соціальної держави [122].

У рамках вказаної моделі доцільно використовувати дві комунікаційні стратегії – «фреймінг» та «встановлення порядку денного». Як зазначає український дослідник М. Ожеван, під «фреймінгом» розуміється «комунікативна стратегія, спрямована на організацію контенту новинного повідомлення шляхом «вставляння» його в «рамку», тобто в контекст певного нарративу для окреслення параметрів «правильного» сприймання новини масовою аудиторією» [94, с. 31]. Іншими словами, під фреймами може

розглядатися вся сукупність стратегічних наративів, які йдуть від «центру» системи до її структурних елементів і визначають базові параметри національних інтересів, які через комунікаційні хаби адаптуються під конкретні області.

Встановлення «порядку денного» зводиться до контролю публічного сприйняття певної реальності (політичної, економічної, фінансової тощо) шляхом знаходження та підтримки певного компромісу між «справжньою» й «медійною» реальностями [94, с. 31]. У контексті авторської моделі ця стратегія забезпечує отримання «центром» запиту на задоволення інформаційно-комунікаційних потреб її елементів та вироблення компромісного варіанту політики. У разі їх задоволення центр зможе формувати як загальнонаціональний інформаційно-комунікаційний порядок денний, так й регіональний. Це дозволить гармонійно увійти, у першу чергу, до особистісного та міжгрупового порядку денного цільових аудиторій, які представляють інтерес.

Як зазначає український дослідник В. Горбулін, «визначення власних національних інтересів – це найактуальніше завдання для державно-політичних інститутів. Держава як суб'єкт дії політики має не тільки визначати стратегічні інтереси. Вони мають бути авторитетними як для громадян цієї держави, так і для міжнародної спільноти. Стратегічні інтереси держави мають бути легітимними. Високий рівень їх легітимності окреслює правовий простір для діяльності інституцій, що зобов'язані відстоювати ці інтереси, регулювати соціальні, економічні й політичні процеси у суспільстві» [143, с. 42].

Врахування інтересів ТГ та ГС забезпечує формування спільних, загальнопідтримуваних напрямів розвитку держави і адекватної реакції на виклики, які несуть загрозу національним інтересам. Як зазначає українська дослідниця Г. Куц, «вибір може бути повноцінним лише тоді, коли існує свобода вибору, коли доступ до палітри можливостей для вибору є відкритим. Насамперед це стосується інформації, яка в сучасному глобальному світі

вважається чи не найважливішим ресурсом. Вільний відкритий доступ до інформації, сприяючи повноцінному та незаангажованому розвитку особистості, здатний тим самим забезпечувати індивідуальну свободу. Відповідно, вектор ліберальних трансформацій в українському політичному просторі слід спрямовувати на створення якомога ширших можливостей для забезпечення індивіду вільного вибору в різних сферах буття» [69, с. 55].

Якщо система виявляє слабкість, відсутність гнучкості (адаптивної функції) нелінійні впливи можуть спричинити її руйнування та перехід під контроль іншої системи. У разі сильних зв'язків між структурними елементами, об'єднаними спільними цілями та розумінням сутності системи, її стратегічних цілей та інтересів – перехід на новий рівень розвитку, який буде відповідати сучасним викликам. Як результат – збереження цілісності та подальший розвиток всієї системи в сучасних умовах.

Ефективність інформаційної політики залежить від швидкого реагування на зовнішні впливи, виявлення та задоволення актуальних інформаційних потреб цільових аудиторій, забезпечення та підлаштування під існуючі умови без втрати своїх стратегічних пріоритетів та запланованих результатів, які відповідають національним інтересам.

Висновки до розділу 3

Аналіз політико-правових засад інформаційного напрямку політики захисту національних інтересів України свідчить про формальний підхід при його формуванні та реалізації. Системні зміни у цьому напрямку спостерігаються лише останні три роки під впливом зовнішніх факторів (анексія Криму, війна на Сході України, «Русская весна» тощо), які поставили під загрозу фізичне існування державності. До 2014 року він носив тактичний характер і був спрямований на реалізацію окремих інформаційних проектів, які більшою мірою обмежувалися іміджевим компонентом. Робота з внутрішніми цільовими аудиторіями з формування єдиної системи

ідентифікації країни та самоідентифікації українців відбувалася хаотично та за остаточним принципом.

Причини невдач ефективної реалізації інформаційного напрямку політики захисту національних інтересів в Україні полягають у тому, що їх розробники не працювали з такими базовими характеристиками, як: цінності, способи прийняття рішень та моделюванням поведінки цільових аудиторій, які б відображали консолідовану позицію інтересів більшості зацікавлених груп.

Складність у забезпеченні повної незалежності та державності, історичні та геополітичні розбіжності бачення нашої країни в очах глобальних центрів впливів – створюють всі умови знаходження її під постійним впливом. Нелінійність впливів є об'єктивною реальністю, яка повинна згуртувати суспільство, створити міцні зв'язки між усіма елементами нашої держави, а головне – наповнити національний політичний простір смислами, які чітко визначають та інтерпретують національні інтереси.

Для формування консолідованої позиції всього українського суспільства державі потрібно змінити підходи до формування та реалізації інформаційного напрямку політики захисту національних інтересів. Найоптимальнішим варіантом, на думку автора, є впровадження субсидіарної моделі, яка забезпечує залучення до реалізації політики захисту національних інтересів широкого кола зацікавлених сторін. У сучасних умовах нелінійного розвитку це стає запорукою стабільності та безпеки держави. Однак, в умовах перехідного періоду, в якому знаходиться Україна, пряма участь у формуванні та реалізації політики «знизу» до «верху» є ускладненою. Це пов'язано з тим, що реалізація розширених повноважень потребує високого рівня фаховості управлінців територіальними громадами та громадянським суспільством, які будуть спроможними самостійно керувати локальними територіями, розробляти та впроваджувати на якісному рівні політику, у т.ч. щодо захисту національних інтересів.

Це також стосується реалізації інформаційного напрямку політики захисту національних інтересів. Для сприяння підвищенню рівня спроможності територіальних громад та громадянського суспільства головна роль повинна бути відведена облдержадміністраціям. Саме цей орган може стати комунікаційним хабом, містком між територіальними громадами та центральними органами влади.

ВИСНОВКИ

Складність та непередбачуваність сучасних політичних процесів обумовлюють наукові пошуки у міждисциплінарній площині. Комплексне дослідження інформаційного напрямку політики захисту національних інтересів в умовах сучасних нелінійних політичних процесів дало змогу зробити наступні висновки.

1. Інформаційний напрям політики захисту національних інтересів в умовах нелінійних політичних процесів є складовою державної політики та тлумачиться в роботі як процес стратегічних намірів та політичних практик держави із захисту національних інтересів в інформаційно-комунікаційному просторі. Основним завданням напрямку є забезпечення досягнення політичних цілей держави-нації через управління та коригування політико-образного та політико-сміслового просторів.

Синергетична специфіка реалізації політики захисту національних інтересів держави в умовах нелінійності розвитку світу обумовлена розвитком постінформаційного суспільства, постприватністю, втратою монополії на вироблення та розповсюдження колективних смислів «традиційними» інститутами влади, збільшенням центрів прийняття рішень, нерівноважним станом політичних систем сучасності. Це все створює умови для зміни традиційної ієрархічної системи суспільно-політичних відносин.

Швидкість та щільність політичного часу, слабка прогнозованість факторів впливу на держави світу демонструють світовий тренд переходу лінійних станів до нелінійних. Така ситуація змінює умови функціонування політичних систем і вимагає зміни концептуальних підходів до формування політичних практик, у т.ч. інформаційних. Акценти зміщуються на задоволення потреб та інтереси цільових груп, які прямо чи опосередковано впливають на досягнення політичних цілей держави. Політична система вимушена підлаштовуватися під потреби та запити цільових аудиторій, шукати компромісні рішення (теорія комунікативної дії Ю. Габермаса).

Аналіз досліджень у сфері політичної регіоналістики та геополітики свідчить, що поняття «політична територія» та «політичний простір» використовуються як синоніми. На наш погляд, головна відмінність полягає у наявності кордонів, якими обмежена територія та її юрисдикція. Важливими параметрами, за якими відрізняються «політична територія» й «політичний простір», є наявність/відсутність чітких інституційних механізмів управління та нормативно-адміністративних обмежень. Ключовою характеристикою є те, що «політична територія» існує в межах фізичного простору, який можна закрити (блокування кордонів, знищення інфраструктури, введення певних санкцій тощо). «Політичний простір» функціонує без прив'язки до географічних територій, хоча він сам є результатом діяльності політичних інститутів певних держав. Якщо політична територія може знаходитися у стані рівноваги, то політичний простір мінливий, постійно перебуває у динаміці, змінюючи свої межі, глибину, ширину та висоту проникнення в інші простори.

В умовах нелінійності світу основною загрозою є втрата контролю над внутрішніми процесами та несанкціонований вплив на структурні елементи з метою нанесення шкоди, створення збоїв у функціонуванні системи, взяття її під зовнішнє управління або руйнації. Особливістю реалізації інформаційного напряму політики захисту національних інтересів у сучасних умовах нелінійності є виявлення факторів та процесів, які спричиняють непередбачувані наслідки у політико-образному та політико-смісловому просторах.

Політико-образний простір у роботі тлумачиться як складова конструйованої реальності та визначається як сукупність аутентичних цінностей народу, стихійних символів і симулякрів, у яких артикулюються національні інтереси держави, вся сукупність матеріальних та нематеріальних образів, які ідентифікують територію (герби, гімни, прапори, видатні особи, вироблені товари, історичні місця тощо), створюють емоційний зв'язок з цільовими аудиторіями для просування та захисту національних інтересів.

Політико-смісловий простір тлумачиться як сукупність сутнісних характеристик тих чи інших явищ, які формують інтерпретації дійсності та створюють політико-релевантне знання для просування та захисту національних інтересів держави.

Нелінійність суспільно-політичних процесів сприяє змінам парадигми інформаційно-комунікаційної діяльності територій у бік розвитку адаптивних функцій зі збереженням стратегічних цілей та інтересів території. Особливістю цього переходу є вироблення певного «імунітету» до непередбачуваних впливів (теорія антикрихкості Н. Талеба) через делегування повноважень зацікавленим сторонам, які готові налагоджувати комунікацію та поширювати необхідні смисли серед своїх цільових аудиторій, за умов збереження та дотримання стратегічних цілей і національних інтересів держави (концепція попереджувального управління Л. Фуерта). Створення «автономних мереж», які забезпечать оперативне реагування на зовнішні та внутрішні виклики, зможе формувати нові зв'язки між собою у залежності від загроз та завдань, які стоять на захисті національних інтересів, оминаючи центр системи, зі збереженням базових параметрів політики території (нейромережева модель політичного процесу М. Польового).

2. Узагальнення досвіду практик захисту національних інтересів держав світу таких, як США, Великобританія, РФ, а також наддержавних об'єднань – ЄС та НАТО засвідчило, що вони мають спільну інституційну структуру. Головними її компонентами є: центральні та державні органи влади, органи місцевого самоврядування, територіальні громади, інститути громадянського суспільства, бізнес-спільнота, засоби масової комунікації тощо.

Щодо механізмів реалізації інформаційного напрямку політики захисту національних інтересів, інструментальним їх впровадженням є: публічна політика, публічна дипломатія, у т.ч. громадська дипломатія, взаємодія з засобами масової інформації, нові медіа, спеціальні заходи, державно-приватне партнерство.

Незважаючи на спільні риси реалізації інформаційного напрямку політики захисту національних інтересів держав світу, специфіка криється у виробленні контенту та шляхах реалізації. Акцентами останньої є врахування інтересів та потреб цільових аудиторій; диверсифікація каналів та механізмів розповсюдження національних інтересів у політико-образному і політико-смісловому просторах від вертикальної до горизонтальної взаємодії з внутрішніми та зовнішніми аудиторіями. Акценти зміщуються на залучення широкого кола зацікавлених сторін щодо вироблення та реалізації інформаційної політики, делегування повноважень елементам системи, які знаходяться далеко від центру зі збереженням головних параметрів політики (відповідність стратегічним цілям та завданням, націленість на збереження стабільності політичної системи, однозначне сприйняття національних інтересів тощо).

Аналіз політико-правових засад інформаційного напрямку політики захисту національних інтересів США, Великобританії, ЄС, НАТО та РФ засвідчив, що здійснення інформаційно-психологічного впливу на конкурентів відіграє важливу роль у завоюванні зовнішнього та збереженні власного політико-символічного і політико-сміслового просторів, де агрегуються та артикулюються національні інтереси. Компаративний аналіз двох моделей інформаційного напрямку політики захисту національних інтересів (субсидіарної – «західної», вертикальної – «російської») показав, що їх основною відмінністю є базові засади залучення громадськості до вироблення та реалізації політики, механізмів прийняття рішень та управління політичним простором.

Субсидіарна модель (США, Великобританія, ЄС та НАТО) більш зосереджена на задоволенні потреб та інтересів цільової аудиторії (конкретної людини чи групи людей) як базової одиниці соціуму. Вертикальна модель (РФ) – на інструментальному забезпеченні просування та захисту інтересів держави.

У стратегічному плані субсидіарна модель орієнтується на домінування у політико-образному та політико-смісловому просторах. Політико-інформаційний простір розглядається як набір інструментів, який забезпечує циркуляцію образів та смислів. Вертикальна модель налаштована на домінування у політико-інформаційному просторі. Контроль над інформаційною інфраструктурою виступає головною метою, що забезпечує можливість поширення інформації/дезінформації у політико-образному та політико-смісловому просторах. У разі фізичного блокування цієї інфраструктури вертикальна модель буде неконкурентоспроможною, що призведе до капсулювання національних інтересів у межах внутрішнього контрольованого простору. Перша модель спрямована на досягнення довгострокових результатів, друга – на тактичні.

Субсидіарна модель спирається на плюралізм думок, включення великої кількості зацікавлених осіб/груп у вироблення та реалізацію політики, у т.ч. інформаційної. Ключовою проблемою цієї моделі є складна процедура узгодження дій, яка вимагає часу для вироблення адекватних управлінських рішень. В умовах нелінійних процесів затримки у часі призводять до швидкої втрати актуальності прийнятих рішень. Як результат – дії держави в політико-образному та політико-смісловому просторах підпорядковуються встановленому конкурентами «порядку денному».

Вертикальна модель спирається на жорстке управління та підпорядкування периферії центру, що виключає будь-які альтернативи. Адміністративно-командний підхід дозволяє достатньо швидко, без узгодження інтересів зацікавлених сторін, приймати рішення та наповнювати політичний простір необхідними смислами та образами, які впливають на уподобання цільових аудиторій. Це дозволяє достатньо швидко формувати інформаційно-комунікаційний «порядок денний», змушуючи конкурентів реагувати на запропоновані виклики. Враховуючи конкурентну боротьбу, такий підхід є достатньо ефективним для роботи із внутрішнім та зовнішнім інформаційними просторами, над якими є контроль або високий рівень

домінування. У разі системних збоїв, коли руйнується архітектура управління, система не може адекватно реагувати на виклики. Основна причина – нездатність периферії самостійно приймати рішення, а як наслідок – втрата тактичної переваги у кризових ситуаціях, що створює «каскад біфуркацій».

Субсидіарна модель має свої переваги. Вона є більш гнучкою. У разі управлінських збоїв одного або кількох елементів системи, інші можуть взяти на себе їх функції. Системні проблеми центральних елементів матимуть мінімальний вплив на периферійні та автономні сегменти, бо розгалужена комунікаційна інфраструктура дозволяє налагоджувати прямі взаємозв'язки, обходячи «центр». Широке делегування повноважень та можливість прийняття управлінських рішень від центру до окремих сегментів створюють умови для максимального включення всіх зацікавлених сторін у систему управління. Це забезпечить високий рівень відповідальності за рішення, які приймаються.

3. Особливістю інформаційного напрямку політики захисту національних інтересів України до 2014 року було використання формального підходу у формуванні та реалізації. Системні зміни відбулись лише в останні три роки під впливом зовнішніх факторів (анексія Криму, війна на Сході України, «Русская весна» тощо), які поставили під загрозу фізичне існування державності.

Причини нерозвинутості інформаційного напрямку політики захисту національних інтересів в Україні полягають у тому, що їх розробники не працюють з такими базовими характеристиками, як: цінності, способи прийняття рішень та моделюванням поведінки цільових аудиторій, які б відображали консолідовану сукупність інтересів більшості зацікавлених груп. Україна не формує цілісну стратегічну політику захисту національних інтересів з поглядом на далеке майбутнє. Через це вона стає об'єктом конкурентної боротьби інших політичних суб'єктів.

Зміни у парадигмі сприйняття інформаційно-комунікаційної політики можна побачити у стратегічних документах, які визначають основні напрями

захисту національних інтересів, у т.ч. інформаційні. Вперше в офіційний політичний та комунікативний дискурси вводяться поняття: стратегічні, урядові та кризові комунікації, стратегічний наратив.

Аналіз показників ставлення українців до державних інститутів, керівництва держави, оцінок суспільно-політичного, економічного, безпекового стану з 2010 по 2017 роки свідчать про перебування України у постійній кризі. Негативні показники стану фізичного простору, створюють всі передумови для її позиціонування як «країни-невдахи». Незважаючи на зміни, зовнішні та внутрішні показники поки що не забезпечують стабільності України як цілісної системи. Проблеми у фізичному просторі екстраполюються на політико-образний та політико-смісловий простори, де артикулюються національні інтереси. В таких умовах політика захисту національних інтересів є неефективною. Формально задекларовані інтереси не відтворюють реальної ситуації в країні та не відображають усієї сукупності інтересів більшості зацікавлених сторін.

Проте розвиток інформаційного напрямку політики захисту національних інтересів має перспективи. По-перше, зміна цивілізаційного вектору у бік євроатлантичного простору змушує еліти діяти. Це закладає підґрунтя виходу України з числа «країн-аутсайдерів». По-друге, військова агресія з боку РФ мобілізувала населення України та підштовхує до формування більшості у підтримці зміни цивілізаційного вектору країни, запропонованої правлячими елітами. По-третє, спостерігається зміна ставлення населення до своєї участі у житті країни, а відповідно – до досягнення консенсусу між різними зацікавленими групами щодо узгодженості інтересів.

Для вирішення актуальних завдань, які стоять перед Україною у сфері захисту політико-образного та політико-сміслового просторів, доцільно використовувати авторську модель вироблення та реалізації інформаційного напрямку політики захисту національних інтересів в умовах нелінійних процесів. Вона полягає у зміцненні інформаційно-комунікаційної

спроможності базових територіальних одиниць – громад у межах стратегічних наративів, заданих центральними органами влади. Розширення повноважень з реалізації інформаційного напрямку політики захисту національних інтересів у рамках заданих параметрів дозволить ефективніше реагувати на зовнішні та внутрішні загрози національним інтересам держави.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. .org: як громадські ініціативи протидіють російській пропаганді [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.centerdialog.org/2015/12/org.html> (дата звернення 03.01.2016). – Назва з екрана.
2. >Проект «Embedded journalism» >23/11/2016 [Електронний ресурс] // Міністерство інформаційної політики України. – Режим доступу : <http://mip.gov.ua/content/embedded-journalism.html> (дата звернення 23.04.2017). – Назва з екрана.
3. 2016-й: політичні підсумки – загальнонаціональне опитування [Електронний ресурс] // Фонд демократичні ініціативи імені Ілька Кучеріва. – Режим доступу : <http://dif.org.ua/article/2016-y-politichni-pidsumki-zagalnonatsionalne-opituvannya> (дата звернення 02.01.2017). – Назва з екрана.
4. Алмонд Г., Пауэлл Дж., Стром К., Далтон Р. Сравнительная политология сегодня. Мировой обзор. - М.: Аспект Пресс, 2002. – 537 с.
5. Анхольт С., Хильдред Д. Бренд Америка: мать всех брендов / Саймон Анхольт, Джереми Хильдред. – М. : ООО «Издательство «Добрая книга», 2010. – 232 с.
6. Арзуманян Р. «Нелинейная природа войны», Научно-образовательный фонд «Нораванк», журн. «21 век», № 1, Ереван, 2005. – С. 109–149. – Режим доступу : http://www.noravank.am/upload/pdf/193_ru.pdf (дата звернення 17.05.2017).
7. Бабурин С. Н. Мир империй: территория государства и мировой порядок. – М.: Магистр: Инфа-М, 2010. – 829 с.
8. Баровська А. В. Стратегічні комунікації: досвід НАТО / А. В. Баровська // Стратегічні пріоритети. – 2015. – № 1. – С. 147–152.
9. Батанов О. В. Територія як інститут конституційного права / О. В. Батанов // Часопис Київського університету права. – 2015. – № 2. – С. 49–53. - Режим доступу : http://kul.kiev.ua/images/chasop/2015_2/CHAS15_2.pdf (дата звернення 02.10.2016). – Назва з екрана.

10. Бодрийяр Ж. Симулякры и симуляции / Ж. Бодрийяр ; [пер. с фр. А. Качалова]. – М.: ПОСТУМ, 2016. – 240 с. – (ЖБ).

11. Бондаренко С. В. Государственная информационная политика России и Украины в контексте национальной безопасности: основы и принципы формирования / С. В. Бондаренко // Youth World Politic. – 2013. – № 4. – С. 112–118.

12. Бондаренко С. В. Інформаційно-комунікаційна політика Російської Федерації у контексті захисту та просування національних інтересів у світі / С. В. Бондаренко // Актуальні проблеми політики зб. наук. пр. / редкол.: С. В. Ківалов (голов. ред.), Л. І. Кормич (заст. голов. ред.), М. А. Польовий (відп. секр.) [та ін.] ; НУ «ОЮА», Південноукр. центр гендер. проблем. – Одеса : Фенікс, 2017. – Вип. 59. – С. 109–120.

13. Бондаренко С. В. Місце соціального інжинірингу в політиці брендингу територій / С. В. Бондаренко // Вісник Дніпропетровського університету. Філософія.Соціологія.Політологія – 2012. – Вип. 20, Т. 20, №9/2. – С. 103–107.

14. Бондаренко С. Європейські стандарти в інформаційній політиці державних органів влади України / Сергій Бондаренко // Європейська перспектива України та візова політика країн ЄС: виклики та можливості. Матеріали міжнародної науково-практичної конференції. – Донецьк: Східний видавничий дім, 2013. – 376 с.

15. Бондаренко С. В. Бренд «Україна» в умовах нелінійних суспільно-політичних процесів: інформаційно-комунікаційний аспект / С. В. Бондаренко // Evropsky politicky a pravni diskurz. – 2017. – Vol. 4, Iss. 4. – P. 141–147.

16. Бондаренко С. В. Інформаційний компонент політики брендингу територій в умовах нелінійних процесів/ С. В. Бондаренко // Політичне життя. – 2017. – № 1-2. – С. 21–26.

17. Бондаренко С.В. Політика брендингу територій як конструювання реальності / С. В. Бондаренко // Політичне життя. – 2016. – № 1-2. – С. 7–11.

18. Бородкин Л. Методология анализа неустойчивых состояний в политико-исторических процессах / Л. Бородкин // Международные процессы. 2005. Том 3. №1 (7). – Режим доступа : <http://intertrends.ru/system/Doc/ArticlePdf/653/Vorodkin-07.pdf> (дата звернення 22.05.2017).

19. Вербилович О. Теория коммуникативного действия: ключевые категории и познавательный потенциал / О. Вербилович // Публичная сфера: теория, методология, кейс-стади. М., 2013. – С. 35–52.

20. Визгалов Д. В. Брендинг города / Д. Визгалов. [Предисл. Л. В. Смирнягина]. – Москва: Фонд «Институт экономики города», 2011. – 160 с.

21. Внучко С. М. Політичний простір в глобальному вимірі / С. М. Внучко // Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. – К., 2012. – С. 47–51.

22. Волков Е. Что такое социальная инженерия? [Электронный ресурс] / Евгений Волков // Корни. – Режим доступа : <http://evolkov.net/soc.engineering/articles/What.is.soc.engineering.html> (дата звернення 23.10.2014). – Назва з екрану.

23. Воронянський О. В. «Національні інтереси» як категорія політичної науки / О. В. Воронянський // Вісн.Нац. юрид. акад. України ім. Ярослава Мудрого. – 2011. – № 10. – (Серія : Філософія, філософія права, політологія, соціологія). – С. 131-135.

24. Вступ. Проект «Бренд «Україна» [Електронний ресурс] // brandukraine.org. – Режим доступа : <https://brandukraine.org/u/> (дата звернення 30.12.2014). – Назва з екрана.

25. Гай-Нижник П.П., Чупрій Л.В. Національні інтереси, національні цінності та національні цілі як структуроформуючі чинники політики національної безпеки / П. П. Гай-Нижник, Л. В. Чупрій // Гілея: науковий вісник. – 2014. – Вип. 84. – С. 465-471.

26. Герасимов В. Ценность науки в предвидении: новые вызовы требуют переосмыслить формы и способы ведения боевых действий

[Електронний ресурс] / Валерий Герасимов // Военно-промышленный комплекс. – 2013. – 26 лютого. – Режим доступу : <http://www.vpk-news.ru/articles/14632> (дата звернення 23.05.2016). – Назва з екрана.

27. Гнатюк С. Формування позитивного міжнародного іміджу української держави в інформаційному просторі [Електронний ресурс] / С. Гнатюк // Національний інституту стратегічних досліджень. – Режим доступу : <http://old.niss.gov.ua/monitor/December2009/02.htm> (дата звернення 03.12.2014). – Назва з екрана.

28. Губерський Л. В. Інформаційна політика України: європейський контекст / [Губерський Л. В., Камінський Є. Є., Макаренко С. А., Ожеван М. А., Шнирков О. І.]. – К.: Либідь, 2007. – 360 с.

29. Даниленко С. И. Ментально-культурные и политические последствия информационной агрессии России против Украины и пути ее преодоления / С. И. Даниленко // Проблеми міжнародних відносин. – 2015. – Вип. 10-11. – С. 303–315. – Режим доступу : http://nbuv.gov.ua/UJRN/Pmv_2015_10-11_24 (дата звернення 25.05.2017).

30. Діак І. «Газова війна»: що відбулося? [Електронний ресурс] / Іван Діак // gasunion.org.ua. – Режим доступу : <http://gasunion.org.ua/gazova-vijna-shho-vidbulosya.html> (дата звернення 04.06.2016). – Назва з екрана.

31. Добронравова И. С. Синергетика становлення нелінійного мислення / И. С. Добронравова – К.: Либідь, 1990. – 192 с.

32. Дойч К. Нервы управления. Модель политической коммуникации и контроля. – М.: Мысль, 1993. – 312 с.

33. Докази для Гааги [Електронний ресурс] // Міністерство інформаційної політики України. – 2017. – 14 липня. – Режим доступу : <http://mip.gov.ua/content/dokazi-dlya-gaagi.html> (дата звернення 18.08.2017). – Назва з екрана.

34. Доклад о человеческом развитии 2016 «Человеческое развитие для всех и каждого» [Електронний ресурс] // United Nations Development Programme. – Режим доступу :

http://hdr.undp.org/sites/default/files/hdr_2016_report_russian_web.pdf (дата звернення 06.01.2017). – Назва з екрана.

35. Доктрина інформаційної безпеки Російської Федерації от 9 сентября 2000 г. N ПР-1895 [Електронний ресурс] // Femida.info. – Режим доступу : <http://www.femida.info/14/19002.htm> (дата звернення 22.03.2015). – Назва з екрана.

36. Дослідження сприйняття України [Електронний ресурс] // brandukraine.org. – Режим доступу : <https://brandukraine.org/k/> (дата звернення 30.12.2014). – Назва з екрана.

37. Дрешпак В. М. Концептуальні основи періодизації державної інформаційної політики України / В. М. Дрешпак // Аспекти публічного управління. – 2013. – № 2. – С. 41–47.

38. Дрешпак В. Періоди розвитку державної інформаційної політики України: зміст і хронологічні межі [Електронний ресурс] / В. Дрешпак // Державне управління та місцеве самоврядування. – 2014. – Вип. 1. – С. 3–14. – Режим доступу : http://nbuv.gov.ua/UJRN/dums_2014_1_3 (дата звернення 30.12.2014). – Назва з екрана.

39. Дьомочко М. Теми та видання: що пишуть іноземні ЗМІ про Україну та як формують її образ у своїх суспільствах? [Електронний ресурс] / Марта Дьомочко // Global Ukraine. – Режим доступу : <http://global-ukraine-news.org/2017/04/07/temy-ta-vydannya-shho-pyshut-inozemni-zmi-pro-ukrayinu-ta-yak-formuyut-yiyi-obraz-u-svoyih-suspilstvah/>
<https://global-ukraine.com/pt/2017/04/temy-ta-vydannya-shho-pyshut-inozemni-zmi-pro-ukrayinu-ta-yak-formuyut-yiyi-obraz-u-svoyih-suspilstvah/> (дата звернення 01.09.2017). – Назва з екрана.

40. Економічна та політична ситуація в Україні очима громадян [Електронний ресурс] // Група «Рейтинг». – 2017. – 14 червня. – Режим доступу: http://ratinggroup.ua/research/ukraine/vzglyady_grazhdan_na_ekonomicheskuyu_i_politicheskuyu_situaciyu_v_ukraine.html (дата звернення 27.07.2017). – Назва з екрана.

41. Експерти: 82% інформації про Україну у світі – негативна [Електронний ресурс] // Корреспондент.net. – 2012. – Режим доступу : <http://ua.korrespondent.net/ukraine/events/1355283-eksperti-82-informaciyi-pro-ukrayinu-u-sviti-negativni> (дата звернення 23.08.2015). – Назва з екрана.

42. Емоційна оцінка умов життя українців [Електронний ресурс] // Група «Рейтинг». – 2017. – 2 лютого. – Режим доступу : http://ratinggroup.ua/research/ukraine/emocionalnaya_ocenka_usloviy_zhizni_ukraincev.html (дата звернення 27.07.2017). – Назва з екрана.

43. Если завтра война... [Електронний ресурс] // Всероссийский центр исследования общественного мнения. – 2017. – 28 червня. – Режим доступу : <https://wciom.ru/index.php?id=236&uid=116285> (дата звернення 27.07.2017). – Назва з екрана.

44. Євро-2012 в Україні: Медіа-моніторинг – К., НІСД, 2011. – 51 с. – Режим доступу : http://www.niss.gov.ua/public/File/2011_table/0405_monitor.pdf (дата звернення 18.03.2015). – Назва з екрана.

45. Закон України «Про основи національної безпеки України» № 964–IV від 19.06.2003 р. [Електронний ресурс] // Верховна Рада України. – Режим доступу : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/964-15> (дата звернення 07.04.2016). – Назва з екрана.

46. Закон України «Про засади внутрішньої і зовнішньої політики» від 01.07.2010 № 2411–VI [Електронний ресурс] // Верховна Рада України. – Режим доступу : <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/2411-17> (дата звернення 07.04.2016). – Назва з екрана.

47. Закон України від 09.01.2007 № 537–V «Про основні засади розвитку інформаційного суспільства в Україні на 2007–2015 роки» [Електронний ресурс] // Верховна Рада України. – Режим доступу : <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/537-16> (дата звернення 07.04.2016). – Назва з екрана.

48. Замятин Д. Н. Пространство и движение / Замятин Д.Н. // Социологические исследования. – 2014. – № 4. – С. 20–29.

49. Звіт про роботу МІП за перше півріччя 2017 року січень – червень [Електронний ресурс] // Міністерство інформаційної політики України. – Режим доступу : <http://mip.gov.ua/files/pdf/zvit-mip-2017-pivrich.pdf> (дата звернення 24.09.2017). – Назва з екрана.

50. Институт земли: рейтинг стран мира по уровню счастья населения в 2016 году [Електронний ресурс] // Гуманитарные Технологии. – 2016. – 17 березня. – Режим доступу : <http://gtmarket.ru/news/2016/03/17/7295> (дата звернення 14.09.2016). – Назва з екрана.

51. Истон Д. Категории системного анализа политики // Политология: Хрестоматия / Сост. М.А. Василик, М.С. Вершинин. – М.: Гардарики, 2000. С. 319 – 331.

52. Інститут демократії імені Пилипа Орлика. Про інститут [Електронний ресурс] // Інститут демократії імені Пилипа Орлика. – Режим доступу : <http://idpo.org.ua/institut> (дата звернення 18.08.2017). – Назва з екрана.

53. Інституту масової інформації. Про нас [Електронний ресурс] // Інститут масової інформації. – Режим доступу : <http://imi.org.ua/pro-nas/misiya-i-tsinnosti/> (дата звернення 18.08.2017). – Назва з екрана.

54. Інформаційні виклики гібридної війни: контент, канали, механізми протидії : аналіт. доп. / за заг. ред. А. Баровської – К. : НІСД, 2016. – 109 с. – Режим доступу : http://www.niss.gov.ua/public/File/2016_nauk_anal_rozrob/inform_vukluku.pdf (дата звернення 30.01.2017). – Назва з екрана.

55. Інформаційні війська України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://i-army.org/> (дата звернення 18.08.2017). – Назва з екрана.

56. Іщенко І. В. Синергетична проекція політико-інституційної взаємодії у нестабільному середовищі : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня д.політ.н. : спец. 23.00.28 «Політичні інститути та процеси» / І. В. Іщенко. – Дніпропетровськ, 2015. – 30 с.

57. Кеннан Дж. Дипломатия Второй мировой войны глазами американского посла в СССР Джорджа Кеннана / Пер. с англ. Л.А. Игоревского, Ю.Д. Чупрова. – М.: Центрполиграф, 2002. – 479 с.

58. Кібальник Л. О. Економічні інтереси в системі геоeкономіки / Л. О. Кібальник // Сталій розвиток економіки. – 2013. – № 1. – С. 38–42.

59. Князева Е. Н., Курдюмов С. П. Основания синергетики. Синергетическое мировидение. М.: КомКнига, 2005. 240 с. Изд.3, доп. М.: УРСС, 2010.

60. Колодій А. Нація як суб'єкт політики / А. Колодій. – Львів: Кальварія, 1997. – 55 с.

61. Колосов В. А., Мироненко Н. С. Геополитика и политическая география. М.: Аспект Пресс, 2001.

62. Комарова Ю. Деякі аспекти аналізу структурної самоорганізації політичної системи / Юлія Комарова // Політ. менеджмент – 2005. – № 1. – С. 97–112.

63. Комыза Р. Экономика города Нью–Йорк в 15 раз больше экономики Украины Украины [Электронный ресурс] / Роман Комыза // Roman KOMYZA. – 2017. – 28 вересня. – Режим доступа : <https://goo.gl/cfucpK> (дата звернення 30.09.2017). – Назва з екрана.

64. Кононенко С. Політичний простір і політичний контроль / С. Кононенко // Наукові записки [Інституту політичних і етнонаціональних досліджень ім. І. Ф. Кураса]. – 2009. – Вип. 44. – С. 38–47.

65. Концепция внешней политики Российской Федерации (утверждена Президентом Российской Федерации В. В. Путиным 30 ноября 2016 г.) [Электронный ресурс] // Министерство иностранных дел Российской Федерации. – Режим доступа : http://www.mid.ru/foreign_policy/news/-/asset_publisher/cKNonkJE02Bw/content/id/2542248 (дата звернення 15.12.2016). – Назва з екрана.

66. Косенко Д. В. Концепція політичної влади в теорії комунікативної дії Юргена Габермаса [Текст] : автореферат. канд. політ. наук, спец.: 23.00.01 – теорія та історія політичної науки / Косенко Д. В. – К. : Київський нац. ун-т ім. Т. Шевченка, 2013. – 18 с.

67. Косов Ю. В., Фокина В. В. Политическая регионалистика. – СПб.: Питер, 2009. – 192 с.: ил. – (Серия «Краткий курс»).
68. Краснякова А. О. Політична суб'єктність: умови становлення та ознаки розвитку / А. О. Краснякова // Проблеми політичної психології. – 2014. – Вип. 1. – С. 45–55.
69. Куц Г. М. Пріоритетні стратегії інформаційної політики у контексті національних інтересів України: ліберальний ракурс / Г. М. Куц // Політичне життя. – 2017. – № 3. – С. 52–58.
70. Ліпкан В.А. Теоретичні основи та елементи національної безпеки України : [монографія] / В. А. Ліпкан. – К. : Текст, 2006. – 600 с.
71. Ліпкан В.А., Максименко Ю. Є, Желіховський В. М. Інформаційна безпека України в умовах євроінтеграції: Навчальний посібник / В. А. Ліпкан, Ю. Є. Максименко, В. М. Желіховський. – К.: КНТ, 2006. – 280 с. (Серія: Національна і міжнародна безпека).
72. Ляховенко О. И. Дж. О'Тоал; Критическая геополитика и ее критики // Политическая наука. – 2009. – №1. – С.178–187.
73. Магда Є. Гібридна агресія Росії: уроки для Європи – Київ: КАЛАМАР, 2017. – 268 с.
74. Майная Н. «Друзья» и «недрузи» РФ: почему россияне считают Украину «врагом номер два»? [Електронний ресурс] / Надежда Майная // Главред. – 2016. – 03 червня. – Режим доступу : <http://glavred.info/politika/druzya-i-nedrugi-rf-pochemu-rossiyane-schitayut-ukrainu-vragom-nomer-dva-370804.html> (дата звернення 12.06.2016). – Назва з екрана.
75. МИА «РОССИЯ СЕГОДНЯ» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://ria.ru/docs/about/index.html> (дата звернення 22.10.2016). – Назва з екрана.
76. Министерство иностранных дел Российской Федерации [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.mid.ru/ru/home> (дата звернення 22.10.2016). – Назва з екрана.

77. Минкомсвязь РФ. Министерство [Електронний ресурс] // Минкомсвязь России. – Режим доступу : <http://minsvyaz.ru/ru/directions/struct/> (дата звернення 22.10.2016). – Назва з екрана.

78. Міжнародний імідж України: міфи і реалії. Аналітична доповідь УЦЕПД. – Центр Разумкова, 2000. Київ, 2001. – 68 с.

79. МІП: Досвід Уряду Великобританії буде використано під час реформи системи державних комунікацій [Електронний ресурс] // Міністерство інформаційної політики України. – 2015. – 21 грудня. – Режим доступу : <http://mip.gov.ua/news/866.html> (дата звернення 17.10.2016). – Назва з екрана.

80. Моргентау Г. Политические отношения между нациями. Борьба за власть и мир / Г. Моргентау. – Москва, 2000 // Политология : хрестоматия / Ред. М. А. Василик; Сост. М. С. Вершинин. – Москва : Гардарики, 2000. – С. 743–754.

81. Москальова Н. Концепції національного інтересу в науковій літературі [Електронний ресурс] / Н. Москальова // Вісник Донецького національного університету. Серія політичні науки. – 2016. – С. 29–32. – Режим доступу : <http://jvestnik-politology.donnu.edu.ua/article/view/3931/3964> (дата звернення 13.01.2017). – Назва з екрана.

82. На підтримку ЗМІ з російського бюджету в 2016 році виділили 914 млн доларів, – Forbes. ІНФОГРАФІКА [Електронний ресурс] // Цензор.нет. – 2016. – 03 серпня. – Режим доступу : https://ua.censor.net.ua/news/400334/na_pidtrymku_zmi_z_rosiyiskogo_byudjetu_v_2016_rotsi_vydilyly_914 mln_dolariv_forbes_infografika (дата звернення 28.11.2016). – Назва з екрана.

83. Нагорняк Т. Л. Основні категорії дослідження брендингу територій у політологічному вимірі / Т. Л. Нагорняк // Вісник Національної юридичної академії України імені Ярослава Мудрого. Сер. : Філософія, філософія права, політологія, соціологія. – 2013. – № 2. – С. 261–271.

84. Нагорняк Т. Л. Брендинг території як напрям політики глобального, національного та регіонального рівнів / Т. Л. Нагорняк // Сучасне суспільство. – 2014. – Вип. 2. – С. 106–121.

85. Нагорняк Т. Л. Брендинг території як напрям сучасної політики / Т. Л. Нагорняк // Історичні і політологічні дослідження. – 2013. – № 3. – С. 310 – 319.

86. Нагорняк Т.Л. Брендинг території як державна та регіональна політика: Монографія / Тетяна Нагорняк. – Донецьк: Вид-во «Ноулідж» (Донецьке відділення), 2013. – 367 с.

87. Нагорняк Т.Л. Маркетинговий аспект політики національного брендингу / Т. Л. Нагорняк // Гілея. – 2013. – Вип. 69. – С. 754–757

88. Нагорняк Т.Л. Політологія в прізвищах, датах, тезах, практичних завданнях: Навчальний посібник / Т. Л. Нагорняк. – Донецьк: Вид-во «Ноулідж», 2011. – 304 с.

89. Напрями діяльності [Електронний ресурс] // Media Sapiens. – Режим доступу : http://osvita.mediasapiens.ua/go_telekrytyka/diyalnist/ (дата звернення 18.08.2017). – Назва з екрана.

90. Нестеряк Ю. В. Державна інформаційна політика: теоретико–методологічні засади : монографія / Ю.В. Нестеряк. – К. : НАДУ, 2014. – 292 с.

91. Новицький Г. В. Теоретико–правові основи забезпечення національної безпеки України / Г. В. Новицький . – Київ : Інтертехнологія, 2008. – 495 с.

92. О «Россотрудничестве» [Електронний ресурс] // Россотрудничество. – Режим доступу : <http://rs.gov.ru/ru/about> (дата звернення 04.07.2016). – Назва з екрана.

93. О Фонде «Русский мир» [Електронний ресурс] // Фонд «Русский мир». – Режим доступу : <http://russkiymir.ru/fund/about.php> (дата звернення 23.10.2016). – Назва з екрана.

94. Ожеван М. А. Глобальна війна стратегічних наративів: виклики та ризики для України / М. А. Ожеван // Стратегічні пріоритети. Серія : Політика. – 2016. – № 4. – С. 30–40.

95. Опитування: Більше 40% європейців, які відвідали Євро–2012, вважають, що Україна заслуговує стати членом ЄС [Електронний ресурс] //

РБК-Україна. – 2012. – 27 липня. – Режим доступу : <https://www.rbc.ua/ukr/news/opros-bolee-40-evropeytsev-posetivshih-evro-2012-schitayut-27072012083000> (дата звернення 23.10.2015). – Назва з екрана.

96. Отчет о деятельности фонда «Русский мир» в 2016 году [Электронный ресурс] // Фонд «Русский мир». – Режим доступу : http://ruskiymir.ru/events/docs/report_2016.pdf (дата звернення 15.06.2017). – Назва з екрана.

97. Отчет об основных направлениях деятельности в 2013 г. [Электронный ресурс] // Фонд «Русский мир». – Режим доступу : http://ruskiymir2.ru/export/sites/default/ruskiymir/ru/fund/docs/Report_2013.pdf (дата звернення 15.06.2017). – Назва з екрана.

98. Оцінка громадянами ситуації в країні, ставлення до суспільних інститутів, електоральні орієнтації [Електронний ресурс] // Центр Разумкова. – Режим доступу : http://razumkov.org.ua/uploads/socio/2_Press1116.doc (дата звернення 12.02.2017). – Назва з екрана.

99. Панкрухин А.П. Маркетинг территорий. 2–е изд., дополн. / А.П. Панкрухин – СПб.: Питер, 2006. – 416 с.: ил. – (Серия «Маркетинг территорий»).

100. Парсонс Т. Система современных обществ / Пер, с англ. Л.А. Седова и А. Д. Ковалева. Под ред. М. С. Ковалевой. — М.: Аспект Пресс, 1998. – 270 с.

101. Патнэм Р. Чтобы демократия сработала : Гражданские традиции в современной Италии. М.: Ad Marginem, 1996. – 288 с.

102. Петербургский международный экономический форум (ПМЭФ) – цифры и факты [Электронный ресурс] // РИА Новости. – 2012. – 06 червня. – Режим доступу : <http://ria.ru/spravka/20120621/672397460.html> (дата звернення 11.07.2015). – Назва з екрана.

103. Плотинский Ю.М. Модели социальных процессов: Учебное пособие для высших учебных заведений. – Изд. 2–е, перераб. и доп. – М.: Логос, 2001.–296 с: ил.

104. Політологія: навчальний посібник. – 2 вид. доп. – Донецьк: АСТРО, 2005. – 385 с.

105. Польовий М. А. Політичні процеси: теорія та практика моделювання: монографія / М. А.Польовий. – Одеса : Фенікс, 2011. – 288 с.

106. Попова Т. В., Ліпкан В. А. Стратегічні комунікації: [словник] / Т. В. Попова, В. А.Ліпкан / за заг. ред. В.А. Ліпкана. – К. : ФОП О. С. Ліпкан, 2016 – 416 с.

107. Портал государственных программ Российской Федерации [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://programs.gov.ru/Portal/site/index> (дата звернення 12.02.2017). – Назва з екрана.

108. Постанова Кабінету Міністрів України від 14 січня 2015 р. № 2 «Питання діяльності Міністерства інформаційної політики України» [Електронний ресурс] // Верховна Рада України. – Режим доступу : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/en/2-2015-%D0%BF> (дата звернення 16.06.2016). – Назва з екрана.

109. Постанова Кабінету Міністрів України від 15 жовтня 2003 р. № 1609 «Про затвердження Державної програми забезпечення позитивного міжнародного іміджу України на 2003–2006 роки» [Електронний ресурс] // Верховна Рада України. – Режим доступу : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/1609-2003-p> (дата звернення 16.06.2016). – Назва з екрана.

110. Постанова Кабінету Міністрів України від 2 липня 2008 р. № 594 «Про затвердження Державної цільової програми інформування громадськості з питань європейської інтеграції України на 2008–2011 роки [Електронний ресурс] // Верховна Рада України. – Режим доступу : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/594-2008-%D0%BF> (дата звернення 16.06.2016). – Назва з екрана.

111. Постанова Кабінету Міністрів України від 28 травня 2008 р. № 502 «Про затвердження Державної цільової програми інформування громадськості з питань євроатлантичної інтеграції України на 2008–2011 роки» [Електронний ресурс] // Верховна Рада України. – Режим доступу :

<http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/502-2008-%D0%BF> (дата звернення 17.06.2016). – Назва з екрана.

112. Постанова Кабінету Міністрів України від 29 квітня 2002 р. № 583 «Про затвердження Державної програми розвитку туризму на 2002–2010 роки» [Електронний ресурс] // Верховна Рада України. – Режим доступу <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/583-2002-%D0%BF> (дата звернення 17.06.2016). – Назва з екрана.

113. Постанова Кабінету Міністрів України від 3 червня 2009 р. № 554 «Про затвердження Державної цільової програми формування позитивного міжнародного іміджу України на період до 2011 року» [Електронний ресурс] // Верховна Рада України. – Режим доступу : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/554-2009-%D0%BF> (дата звернення 17.06.2017). – Назва з екрана.

114. Почепцов Г. Сенси і війни: Україна і Росія в інформаційній і смисловій війнах. – Видавничий дім «Києво–Могилянська академія», 2016. – 316 с.

115. Почепцов Г. Г. Інформаційна політика: Навч. посіб. – 2–ге вид., стер. / Г. Г. Почепцов, С. А. Чукут – К.: Знання, 2008. – 663 с.

116. Почепцов Г. Г. Комунікативний інжиніринг: теорія і практика. Навч. посібник для студентів та аспірантів. – К.: Альтпрес, 2008. – 408 с.

117. Почепцов Г. Г. Смилові та інформаційні війни / Г. Г. Почепцов // Інформаційне суспільство. – 2013. – Вип. 18. – С. 21–27.

118. Почепцов Г. Г. Соціальний інжиніринг: соціо– і психотехніки управління великими масами людей. – К.: Альтпрес, 2010. – 254 с.

119. Правительство России [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://government.ru/> (дата звернення 04.07.2016). – Назва з екрана.

120. Президент России [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.kremlin.ru/> (дата звернення 04.07.2016). – Назва з екрана.

121. Про YES [Електронний ресурс] // Ялтинська європейська стратегія (YES). – Режим доступу : <https://yes-ukraine.org/ua/about> (дата звернення 17.09.2016). – Назва з екрана.

122. Програма радників [Електронний ресурс] // Радник з питань ВПО. – Режим доступу : <http://www.radnyk.org/pro-prohramu.html> (дата звернення 27.03.2017). – Назва з екрана.

123. Проект Закону про Концепцію національної інформаційної політики № 2526 від 13.12.2002 [Електронний ресурс] // Верховна Рада України. – Режим доступу : http://w1.c1.rada.gov.ua/pls/zweb2/webproc4_1?pf3511=13798 (дата звернення 16.06.2016). – Назва з екрана.

124. Про проект OSINT Academy [Електронний ресурс] // OSINT Academy. – Режим доступу : <http://osint.academy/> (дата звернення 18.08.2017). – Назва з екрана.

125. Пророк В. Теория хаоса и теория сетей – новые подходы к моделированию политической системы // PolitBook. 2016. Том. №1: – С.83–91.

126. Психология массовой коммуникации: учебник для вузов / под ред. акад. РАО А. А. Бодалаева, акад. РАО А. А. Деркача, д-ра психол. наук, проф. Л. Г. Лаптаева. – М.: Гардарики, 2008. – 254 с.: ил.

127. Реалізовані проекти за підтримки МІП [Електронний ресурс] // Міністерство інформаційної політики України. – Режим доступу : <http://mip.gov.ua/content/proekti-yaki-realizovani-za-pidtrimki-mip.html> (дата звернення 23.08.2017). – Назва з екрана.

128. Резник Ю. М. Социальная инженерия: предметная область и границы применения // Социологические исследования. – 1994. – № 2. – С. 87.

129. Результати соціологічного дослідження [Електронний ресурс] // Центр Разумкова. – Режим доступу : <http://razumkov.org.ua/uploads/socio/Press0417.pdf> (дата звернення 15.09.2017). – Назва з екрана.

130. Рейтинг найсильніших національних брендів Anholt–GfK: імідж України з 2014 року покращився [Електронний ресурс] // GfK. – 2016. – 22 серпня. – Режим доступу: <http://www.gfk.com/ru/insaity/press-release/anholt-gfk-gorop-nation-brands-index-2015/> (дата звернення 15.09.2016). – Назва з екрана.

131. Розенау Дж.Н. Турбулентность в мировой политике // Сафронова О.В. Теория международных отношений. Электронный учебник. – Кафедра

международных отношений ННГУ [Електронний ресурс]. – 2001. – Режим доступу : <http://www.bellkinn.chat.ru/zip/tmo/tmo.zip> (дата звернення 17.10.2016). – Назва з екрана.

132. Розпорядження Кабінету Міністрів України від 11 жовтня 2016 р. № 739-р «Про схвалення Концепції популяризації України у світі та просування інтересів України у світовому інформаційному просторі» [Електронний ресурс] // Верховна Рада України. – Режим доступу : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/739-2016-%D1%80> (дата звернення 19.06.2016). – Назва з екрана.

133. Розпорядження Кабінету Міністрів України від 1 серпня 2013 р. №638-р «Про схвалення Концепції Державної цільової програми розвитку туризму та курортів на період до 2022 року» [Електронний ресурс] // Верховна Рада України. – Режим доступу : <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/638-2013-%D1%80> (дата звернення 19.06.2016). – Назва з екрана.

134. Розпорядження Кабінету Міністрів України від 17 серпня 2002 р. № 477-р «Про схвалення Програми «Інвестиційний імідж України»» [Електронний ресурс] // Верховна Рада України. – Режим доступу : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/477-2002-%D1%80> (дата звернення 20.06.2016). – Назва з екрана.

135. Розпорядження Кабінету Міністрів України від 6 червня 2007 р. №379-р «Про схвалення Концепції Державної цільової програми формування позитивного міжнародного іміджу України на 2008–2011 роки» [Електронний ресурс] // Верховна Рада України. – Режим доступу : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/379-2007-%D1%80> (дата звернення 20.06.2016). – Назва з екрана.

136. Сидоренко І. С. Практика стратегічних комунікацій НАТО / І. С. Сидоренко // Гілея: науковий вісник. – 2017. – Вип. 116(1). – С. 311–317.

137. Славіна О.В. Технологічні обмеження в управлінні процесами політичних трансформацій: символічний аспект / О. В. Славіна // Вісник

Дніпропетровського університету. Серія: Філософія. Соціологія. Політологія. – 2015. – № 4. – С. 128–135.

138. Смола Л. Є. Аспекти ведення інформаційної та гібридної війни в контексті застосування комунікаційних технологій / Л. Є. Смола // S.P.A.C.E. Society, Politics, Administration in Central Europe : електронний науково–практичний журнал / редкол.: Д. В. Яковлев (голов. ред.), К. М. Вітман (заст. голов. ред.), Д. Ю. Дворніченко (відп. секр.) [та ін.] ; НУ «ОЮА». – Одеса, 2016. – Вип. 1. – С. 48–53.

139. Соціальна реклама [Електронний ресурс] // Міністерство інформаційної політики України. – Режим доступу : <http://mip.gov.ua/news/7> (дата звернення 04.09.2017). – Назва з екрана.

140. Ставлення громадян України до суспільних інститутів, електоральні орієнтації [Електронний ресурс] // Центр Разумкова. – Режим доступу : <http://razumkov.org.ua/uploads/socio/Press0417.pdf> (дата звернення 13.09.2017). – Назва з екрана.

141. Стратегия национальной безопасности Российской Федерации до 2020 года [Електронний ресурс] // Президент России. – 2009. – 13 травня – Режим доступу : http://www.kremlin.ru/ref_notes/424 (дата звернення 13.07.2015). – Назва з екрана.

142. Стратегия развития информационного общества в Российской Федерации от 7 февраля 2008 г. N Пр-212 [Електронний ресурс] // Российская газета. – 2008. – 16 лютого. – Режим доступу : <https://rg.ru/2008/02/16/informacia-strategia-dok.html> (дата звернення 15.07.2015). – Назва з екрана.

143. Стратегічне планування: вирішення проблем національної безпеки. Монографія / В. П. Горбулін, А. Б. Качинський. – К. : НІСД, 2010. – 288 с.

144. Структура Правительства РФ. Распределение обязанностей в руководстве Аппарата Правительства [Електронний ресурс] // Правительство России. – Режим доступу : <http://government.ru/office/responsibilities/> (дата звернення 15.07.2015). – Назва з екрана.

145. Сулимин А. Н. Нелинейные тренды в становлении современных политических систем / Андрей Сулимин // Вестник Пермского университета. Политология. Выпуск №2 (26), 2014, – С. 98–110.

146. Талеб Н. Антихрупкость. Как извлечь выгоду из хаоса / Насим Талеб Николас; Пер. с англ. – М.: КоЛибри, Азбука–Аттикус, 2014. – 778 с.

147. ТАСС Сегодня [Электронный ресурс] // ТАСС. – Режим доступа : <http://tass.ru/tass-today> (дата звернення 15.07.2017). – Назва з екрана.

148. Титова В. С. Сучасні характеристики бранда «Україна» [Електронний ресурс] / В. С. Титова // Вісник Дніпропетровського університету. – 2014. – Т. 22, Вип. 24. – С. 111–118.

149. Тихомирова Є. Б. Регіональна політика Європейського Союзу: інформаційно–комунікаційний аспект // Регіональні стратегії США і Європи: зовнішньополітичний і безпековий вимір. Монографія.– К.: Центр вільної преси, 2016. – 528 с. / с. 425–500.

150. Тихомирова Є.Б. Стратегічні комунікації ЄС: інституціональний вимір / Є. Б. Тихомирова // Політичне життя. – 2016. – № 4. – С. 103–112.

151. Тоффлер Э. Метаморфозы власти: Знание, богатство и сила на пороге XXI века: [пер. с англ.] / Э. Тоффлер. – М.: АСТ: АСТТМОСКВА, 2009. – 669, [3] с.

152. Туровский Р. Ф. Политическая регионалистика [Текст] : учеб. пособие для вузов / Р. Ф. Туровский ; Гос. ун–т– Высшая школа экономики. – М. : Изд. дом ГУ ВШЭ, 2006. – 780, (4) с.

153. Турченко О. Г. Щодо ідентифікації категорій «інтерес» та «національний інтерес» як об'єктів забезпечення безпеки [Електронний ресурс] / О. Г. Турченко // Правничий часопис Донецького університету : наук. журн. / засн. Донецький нац. ун–т. – 2013. – № 1. – С. 61–66.

154. Указ «Об Управлении Президента Российской Федерации по общественным связям и коммуникациям» [Электронный ресурс] // Президент России. – 2012. 18 червня. – Режим доступа : http://www.kremlin.ru/ref_notes/1242 (дата звернення 16.07.2015). – Назва з екрана.

155. Указ Президента Российской Федерации от 31.12.2015 г. № 683 «О Стратегии национальной безопасности Российской Федерации» [Электронный ресурс] // Президент России. – Режим доступа : <http://kremlin.ru/acts/bank/40391> (дата звернення 16.03.2016). – Назва з екрана.

156. Указ Президента України від 25.02.2017 № 47/2017 «Про рішення Ради національної безпеки і оборони України від 29 грудня 2016 року «Про Доктрину інформаційної безпеки України»» [Електронний ресурс] // Президент України. – Режим доступа : <http://www.president.gov.ua/documents/472017-21374> (дата звернення 09.03.2017). – Назва з екрана.

157. Указ Президента України від 02.01.1995 № 9/95 «Про Положення про Міністерство України у справах преси та інформації» [Електронний ресурс] // Верховна Рада України. – Режим доступа : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/9/95> (дата звернення 19.02.2016). – Назва з екрана.

158. Указ Президента України від 08.07.2009 № 514/2009 «Про Доктрину інформаційної безпеки України» [Електронний ресурс] // Верховна Рада України. – Режим доступа : <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/514/2009> (дата звернення 20.02.2016). – Назва з екрана.

159. Указ Президента України від 12.01.2015 № 5/2015 «Про Стратегію сталого розвитку «Україна – 2020»» [Електронний ресурс] // Верховна Рада України. – Режим доступа : <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/5/2015> (дата звернення 20.02.2016). – Назва з екрана.

160. Указ Президента України від 12.02.2007 № 105/2007 «Про Стратегію національної безпеки України» [Електронний ресурс] // Верховна Рада України. – Режим доступа : <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/105/2007> (дата звернення 20.02.2016). – Назва з екрана.

161. Указ Президента України від 19.02.1997 № 160/97 «Питання Міністерства інформації України» [Електронний ресурс] // Верховна Рада України. – Режим доступа : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/160/97> (дата звернення 20.02.2016). – Назва з екрана.

162. Указ Президента України від 24.09.2015 № 555/2015 «Про рішення Ради національної безпеки і оборони України від 2 вересня 2015 року «Про нову редакцію Воєнної доктрини України»» [Електронний ресурс] // Верховна Рада України. – Режим доступу : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/555/2015> (дата звернення 21.02.2016). – Назва з екрана.

163. Указ Президента України від 26.05.2015 № 287/2015 «Про рішення Ради національної безпеки і оборони України від 6 травня 2015 року «Про Стратегію національної безпеки України» [Електронний ресурс] // Верховна Рада України. – Режим доступу : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/287/2015> (дата звернення 21.02.2016). – Назва з екрана.

164. Україна в закордонних медіа в 2011–2012 роках [Електронний ресурс] // SlideShare. – Режим доступу : <https://www.slideshare.net/DenisBohush/ukraine-media-2012-2> (дата звернення 21.08.2015). – Назва з екрана.

165. Україна в онлайн–медіа світу за 2016 рік [Електронний ресурс] // UKROko. – Режим доступу : http://967609.istudi03.web.hosting-test.net/wp-content/uploads/2017/05/Annual_report_print.pdf (дата звернення 18.08.2017). – Назва з екрана.

166. Україна суттєво наростила свій показник у рейтингу національних брендів. Інфографіка [Електронний ресурс] // ТСН. – 2017. – 6 березня. – Режим доступу : <https://tsn.ua/groshi/ukrayina-suttyevo-narostila-sviy-pokaznik-u-reytingu-nacionalnih-brendiv-infografika-891475.html> (дата звернення 18.07.2017). – Назва з екрана.

167. Уряд підтримав Концепцію реформи урядових комунікацій, розроблену Міністерством інформаційної політики України [Електронний ресурс] // Міністерство інформаційної політики України. – 2016. – 20 січня. – Режим доступу : <http://mip.gov.ua/news/890.html> (дата звернення 04.05.2016). – Назва з екрана.

168. Фабрика думок «Донбас». Про нас [Електронний ресурс] // Фабрика думок «Донбас». – Режим доступу : <http://donbasthinktank.org/ua/> (дата звернення 18.08.2017). – Назва з екрана.

169. Федеральный Закон «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» [Электронный ресурс] // Официальный интернет-портал правовой информации. – Режим доступа : <http://pravo.gov.ru/proxy/ips/?docbody&nd=102108264> (дата звернення 04.04.2015). – Назва з екрана.

170. Федотова В. Г. Довестфальський, вестфальський і поствестфальський мировий порядок / В. Г. Федотова // Развитие и экономика. – 2014. – № 11. – С. 128–141.

171. Фролова А. Побудова системи державних стратегічних комунікацій України [Електронний ресурс] / Аліна Фролова // Міністерство інформаційної політики України. – Режим доступа : http://mip.gov.ua/files/documents/Stratcom_Report_2016_UKR_updated.pdf (дата звернення 25.09.2017). – Назва з екрана.

172. Фундація «Суспільність». Місія [Електронний ресурс] // Фундація «Суспільність». – Режим доступа : <http://souspilnist.org/mission/> (дата звернення 18.08.2017). – Назва з екрана.

173. Хабермас Ю. Теория коммуникативного действия (Фрагменты) / Ю. Хабермас // Вопросы социальной теории. – 2007. – Т.1, вып. 1. – с. 229–245

174. Хакен Г. Информация и самоорганизация. Макроскопический подход к сложным явлениям. – М.: Мир, 1991. –240 с., с ил.

175. Хартшорн Р. Политическая география // Американская география. М., 1957. – С. 169–219.

176. Циганков П. А. Теория международных отношений: Учеб. пособие. – М.: Гардарики, 2003. – 590 с.

177. Чальцева О. М. Просторові виміри публічної політики / О. М. Чальцева // Актуальні проблеми політики зб. наук. пр. / редкол.: С. В. Ківалов (голов. ред.), Л. І. Кормич (заст. голов. ред.), М. А. Польовий (відп. секр.) [та ін.] ; НУ «ОЮА», Південноукр. центр гендер. проблем. – Одеса : Фенікс, 2015. – Вип. 56. – С. 21–31.

178. Чихарев И. А. Проблематика политического пространства и времени в современной политологии и международных исследованиях / И. А. Чихарев // Политическая наука. – 2009. – № 1. – С. 7–31.

179. Шаталова Ю. Реалистическая теория Ганса Моргентау [Электронный ресурс] / Юлія Шаталова // Геополитика.ru. – 2013. – 15 січня. – Режим доступу : <https://www.geopolitica.ru/article/realisticheskaya-teoriya-gansa-morgentau> (дата звернення 07.06.2017). – Назва з екрана.

180. Щегельська Ю. П. Досвід представлення України в світі (1991–2011) / Ю. Щегельська // Україна дипломатична. – 2012. – Вип. 13. – С. 821–867.

181. Що думають європейці про Україну? [Електронний ресурс] // Інститут світової політики. – 2015. – 14 липня. – Режим доступу : http://iwrp.org.ua/img/Ukr_poll_ukr_all.pdf (дата звернення 14.07.2016). – Назва з екрана.

182. Якою побачили Україну гості Євробачення 2017? [Електронний ресурс] // GfK Ukraine. – Режим доступу : http://www.gfk.com/fileadmin/user_upload/dyna_content/UA/02-News-2017/Eurovision_2017_poll_ukr_net.pdf (дата звернення 14.08.2017). – Назва з екрана.

183. A Strong Britain in an Age of Uncertainty: The National Security Strategy [Електронний ресурс] // GOV.UK – Режим доступу : https://www.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/61936/national-security-strategy.pdf (дата звернення 23.04.2015). – Назва з екрана.

184. About Strategic Communications [Електронний ресурс] // NATO Strategic Communications Centre of Excellence. – Режим доступу : <http://www.stratcomcoe.org/about-strategic-communications> (дата звернення 30.11.2016). – Назва з екрана.

185. About us. Departments (Directorates-General) and services. Communication [Електронний ресурс] // European Commission. – Режим доступу : http://ec.europa.eu/dgs/communication/about/index_en.htm (дата звернення 22.03.2015). – Назва з екрана.

186. About us. State Department's Bureau of International Information Programs [Електронний ресурс] // Bureau of International Information Programs. – Режим доступу : <http://iipdigital.usembassy.gov/iipdigital-en/aboutus.html#axzz33NfvJUVo> (дата звернення 24 грудня 2014). – Назва з екрана.

187. Action plan to improve communicating Europe by the Commission [Електронний ресурс] // EUR-Lex. – Режим доступу : http://europa.eu/legislation_summaries/institutional_affairs/decisionmaking_process/110102_en.htm (дата звернення 22.03.2015). – Назва з екрана.

188. Alhurra TV, Radio Sawa [Електронний ресурс] // Broadcasting Board of Governors. – Режим доступу : <http://www.bbg.gov/broadcasters/mbn/> (дата звернення 28.04.2015). – Назва з екрана.

189. American Spaces [Електронний ресурс] // American Spaces. – Режим доступу : <https://americanspaces.state.gov/home/> (дата звернення 28.04.2015). – Назва з екрана.

190. Anholt–GfK Nation Brands Index [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://nation-brands.gfk.com/> (дата звернення 17.05.2016). – Назва з екрана.

191. ANNUAL REPTRAK® RESEARCH [Електронний ресурс] // Reputation Institute. – Режим доступу : <https://www.reputationinstitute.com/research/Annual-RepTrak-Research> (дата звернення 17.05.2016). – Назва з екрана.

192. Aron R. Paix et guerre entre les nationas. — P., 1962. — P. 81–87.

193. BBC. At A Glance [Електронний ресурс] // BBC. – Режим доступу : <http://www.bbc.co.uk/aboutthebbc/insidethebbc/whoweare/ataglance/> (дата звернення 17.05.2016). – Назва з екрана.

194. Bondarenko S.V. Informational direction of policy on protecting national interests of territory under conditions of nonlinear processes: theoretical and methodological framework / S.V. Bondarenko // Політичне життя. – 2017. – № 3. – С. 11–20.

195. Brand Finance [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://brandfinance.com/> (дата звернення 17.05.2016). – Назва з екрана.

196. Brand Finance Nation Brands 2016 [Електронний ресурс] // Brand Finance. – Режим доступу : <http://brandfinance.com/knowledge-centre/reports/brand-finance-nation-brands-2016/> (дата звернення 17.12.2016). – Назва з екрана.

197. fBritain is GREAT. Welcome to Great Britain [Електронний ресурс] // GOV.UK. – Режим доступу : <https://www.gov.uk/britainisgreat> (дата звернення 25.02.2015). – Назва з екрана.

198. Bureau of Educational and Cultural Affairs. Our Exchange Programs [Електронний ресурс] // Bureau of Educational and Cultural Affairs. – Режим доступу : <https://eca.state.gov/about-bureau> (дата звернення 13.08.2015). – Назва з екрана.

199. Bureau of International Information Programs [Електронний ресурс] // U.S. Department of State. – Режим доступу : <http://www.state.gov/r/iip/index.htm> (дата звернення 13.08.2015). – Назва з екрана.

200. Civil Service values [Електронний ресурс] // GOV.UK. – Режим доступу : <http://www.civilservice.gov.uk/wp-content/uploads/2011/09/civil-service-code-2010.pdf> (дата звернення 18.09.2015).

201. Committee on Public Diplomacy (CPD) [Електронний ресурс] // NATO. – Режим доступу : http://www.nato.int/cps/en/natohq/topics_69272.htm (дата звернення 29.08.2015). – Назва з екрана.

202. Communicating about Europe via the Internet Engaging the citizens [Електронний ресурс] // European Commission. – Режим доступу : http://ec.europa.eu/ipg/docs/internet-strategy_en.pdf (дата звернення 02.09.2015).

203. Communicating Europe in partnership [Електронний ресурс] // EUR-Lex. – Режим доступу : http://europa.eu/legislation_summaries/institutional_affairs/decisionmaking_process/110117_en.htm (дата звернення 29.08.2015). – Назва з екрана.

204. Communication Policy & Strategy [Електронний ресурс] // European Commission. – Режим доступу : http://ec.europa.eu/ipg/basics/policy/index_en.htm (дата звернення 19.03.2016). – Назва з екрана.

205. Communications and public diplomacy [Електронний ресурс] // NATO. – Режим доступу : http://www.nato.int/cps/en/natohq/topics_69275.htm. (дата звернення 27.07.2016). – Назва з екрана.

206. Corruption Perceptions Index [Електронний ресурс] // Transparency International. – Режим доступу : <https://www.transparency.org/search?topic=14> (дата звернення 12.02.2017). – Назва з екрана.

207. Corruption Perceptions Index 2016 [Електронний ресурс] // Transparency International. – Режим доступу : https://www.transparency.org/news/feature/corruption_perceptions_index_2016 (дата звернення 12.02.2017). – Назва з екрана.

208. Country Team [Електронний ресурс] // U.S. Department of States. – Режим доступу : http://www.state.gov/courses/rs401/page_25.htm. (дата звернення 14.12.2014). – Назва з екрана.

209. Digital Footprint [Електронний ресурс] // U.S. Department of States. – Режим доступу : <http://www.state.gov/r/iip/digitalfootprint/index.htm> (дата звернення 25.12.2014). – Назва з екрана.

210. e-Commission 2006–2010: enabling efficiency and transparency [Електронний ресурс] // European Commission. – Режим доступу : http://ec.europa.eu/dgs/informatics/ecommm/doc/ecommm-2006-2010_cs_en_v414_postcis.pdf (дата звернення 20.12.2014).

211. EducationUSA [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://eca.state.gov/educationusa> (дата звернення 06.01.2015). – Назва з екрана.

212. EU Delegations [Електронний ресурс] // European External Action Service. – Режим доступу : http://www.eeas.europa.eu/delegations/index_en.htm (дата звернення 02.01.2015). – Назва з екрана.

213. EU Local offices and information points [Электронный ресурс] // European Commission. – Режим доступа : http://ec.europa.eu/contact/local_offices_en.htm (дата звернення 02.01.2015). – Назва з екрана.

214. Europa 2020 strategy [Электронный ресурс] // European Commission. – Режим доступа : <https://ec.europa.eu/info/business-economy-euro/economic-and-fiscal-policy-coordination/eu-economic-governance-monitoring-prevention-correction/european-semester/framework/europe-2020-strategy> (дата звернення 23.06.2015). – Назва з екрана.

215. EUROPA Digital transformation [Электронный ресурс] // European Commission. – Режим доступа : http://ec.europa.eu/ipg/basics/web_rationalisation/index_en.htm (дата звернення 12.03.2015). – Назва з екрана.

216. European Union Centres [Электронный ресурс] // European External Action Service. – Режим доступа : http://eeas.europa.eu/eu-centres/index_en.htm (дата звернення 03.01.2015). – Назва з екрана.

217. Fragile States Index 2015: рейтинг слабости государств мира 2016 года [Электронный ресурс] // Гуманитарные Технологии. – 2016. – 25 серпня. – Режим доступа : <http://gtmarket.ru/news/2016/08/25/7297> (дата звернення 24.09.2016). – Назва з екрана.

218. Government Communications Plan 2015/16 [Электронный ресурс] // Government Communication Service. – Режим доступа : <https://gcs.civilservice.gov.uk/wp-content/uploads/2015/09/GCS-Government-Communications-Plan-1516-1.pdf> (дата звернення 11.02.2016).

219. Government Communications Plan 2016/17 [Электронный ресурс] // Government Communication Service. – Режим доступа : https://gcs.civilservice.gov.uk/wp-content/uploads/2017/08/6.3149_CO_GCS-Comms-Plan_FINAL_WEB.pdf (дата звернення 12.09.2017).

220. Human Development Reports [Электронный ресурс] // United Nations Development Programme . – Режим доступа : <http://hdr.undp.org> (дата звернення 24.09.2016). – Назва з екрана.

221. Improving GCS [Електронний ресурс] // Government Communication Service. – Режим доступу : <https://gcs.civilservice.gov.uk/about-us/improving-gcs/> (дата звернення 11.07.2015). – Назва з екрана.

222. Jones St. B. Unified Field Theory of political Geography // Annals of the Association of American Geographers. 1954. June. V.XLIV n.2. P. 111–123.

223. Lamont Colucci Obama's National Security Strategy shows he's unwilling or unable to take decisive action [Електронний ресурс] // U.S. News. – 2015. – 24 лютого. – Режим доступу : <https://www.usnews.com/opinion/blogs/world-report/2015/02/24/obamas-national-security-strategy-shows-hes-a-post-strategic-president> (дата звернення 27.02.2015). – Назва з екрана.

224. Legatum Prosperity Index [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.prosperity.com/> (дата звернення 24.09.2016). – Назва з екрана.

225. Legatum Prosperity Index TM 2016 [Електронний ресурс] // Legatum Prosperity Index. – Режим доступу : <http://www.prosperity.com/rankings?pinned=UKR&filter=> (дата звернення 30.09.2017). – Назва з екрана.

226. Leon Fuerth, Operationalizing Anticipatory Governance, Prism 2, no.4 (2011): P. 31–46. – Режим доступу : http://cco.ndu.edu/Portals/96/Documents/prism/prism_2-4/Prism_31-46_Fuerth.pdf.

227. Make it in Great Britain [Електронний ресурс] // GOV.UK. – Режим доступу : <https://www.gov.uk/government/news/make-it-in-great-britain--2> (дата звернення 30.03.2015). – Назва з екрана.

228. Nation Brands 2016 The annual report on the world`s most valuable nation brands [Електронний ресурс] // Brand Finance. – Режим доступу : http://brandfinance.com/images/upload/nation_brands_2016_report.pdf (дата звернення 27.07.2016).

229. National framework for strategic communication [Електронний ресурс] // Federation of American Scientists. – Режим доступу : <http://www.fas.org/man/eprint/pubdip.pdf> (дата звернення 15.07.2015). – Назва з екрана.

230. National Security Strategy. February 2015 [Електронний ресурс] // The White House. President Barack Obama. – Режим доступу : https://obamawhitehouse.archives.gov/sites/default/files/docs/2015_national_security_strategy_2.pdf (дата звернення 16.07.2015).

231. National Security Strategy. May 2010 [Електронний ресурс] // The White House. President Barack Obama. – Режим доступу : https://obamawhitehouse.archives.gov/sites/default/files/rss_viewer/national_security_strategy.pdf (дата звернення 16.07.2015).

232. NATO Strategic Communications Centre of Excellence | Report for the period from 1 January 2015 to 31 December 2015 [Електронний ресурс] // NATO Strategic Communications Centre of Excellence. – Режим доступу : <https://www.stratcomcoe.org/download/file/fid/5462> (дата звернення 28.05.2016). – Назва з екрана.

233. NATO Strategic Communications Policy [Електронний ресурс] // Public Intelligence. – 2012. – 25 жовтня. – Режим доступу : <https://publicintelligence.net/nato-stratcom-policy/> (дата звернення 28.05.2016). – Назва з екрана.

234. Open Government Directive [Електронний ресурс] // The White House. President Barack Obama. – Режим доступу : <https://obamawhitehouse.archives.gov/open/documents/open-government-directive> (дата звернення 16.07.2015). – Назва з екрана.

235. PD Content [Електронний ресурс] // U.S. Department of State. – Режим доступу : <http://www.state.gov/r/iip/pdcontent/index.htm> (дата звернення 25.12.2014). – Назва з екрана.

236. Propriety Guidance [Електронний ресурс] // Government Communication Service. – Режим доступу : <https://gcs.civilservice.gov.uk/guidance/propriety> (дата звернення 24.07.2015). – Назва з екрана.

237. Radio And TV Martí [Електронний ресурс] // Broadcasting Board of Governors. – Режим доступу : <http://www.bbg.gov/broadcasters/ocb/> (дата звернення 28.04.2015). – Назва з екрана.

238. Radio Free Asia [Електронний ресурс] // Broadcasting Board of Governors. – Режим доступу : <http://www.bbg.gov/broadcasters/rfa/> (дата звернення 28.04.2015). – Назва з екрана.

239. Radio Free Europe/Radio Liberty [Електронний ресурс] // Broadcasting Board of Governors. – Режим доступу : <http://www.bbg.gov/broadcasters/rferl/> (дата звернення 28.04.2015). – Назва з екрана.

240. RT.com General info [Електронний ресурс] // RT.com. – Режим доступу : <http://rt.com/about-us/> (дата звернення 12.05.2017). – Назва з екрана.

241. Sack R.D. Human territoriality: its theory and history. Cambridge: Cambridge University Press, 1986.

242. Shared Vision, Common Action: A Stronger Europe A Global Strategy for the European Union's Foreign And Security Policy [Електронний ресурс] // European External Action Service. – Режим доступу : https://eeas.europa.eu/sites/eeas/files/eugs_review_web_0.pdf (дата звернення 25.08.2016).

243. Spykman Nicholas J. America's strategy in world politics : the United States and the balance of power / Nicholas J. Spykman. New Brunswick, NJ : Transaction Publishers. – 2007. – 500 p.

244. Strategic Plan 2016 – 2020 DG communication [Електронний ресурс] // European Commission. – Режим доступу : https://ec.europa.eu/info/sites/info/files/strategic-plan-2016-2020-dg-comm_april2016_en.pdf (дата звернення 25.08.2016).

245. The British Council. Freedom of information [Електронний ресурс] // British Council. – Режим доступу : <http://www.britishcouncil.org/organisation/how-we-work/freedom-of-information> (дата звернення 13.06.2016). – Назва з екрана.

246. The British Council. Our organisation [Електронний ресурс] // British Council. – Режим доступу : <http://www.britishcouncil.org/organisation> (дата звернення 13.06.2016). – Назва з екрана.

247. The Fragile States Index [Электронный ресурс] // Fund for Peace. – Режим доступа : <http://fundforpeace.org/fsi/> (дата звернення 17.05.2016). – Назва з екрана.

248. The Fulbright Program [Электронный ресурс] // Bureau of Educational and Cultural Affairs. – Режим доступа : <http://eca.state.gov/fulbright> (дата звернення 17.05.2015). – Назва з екрана.

249. The Global Competitiveness Report 2016–2017 [Электронный ресурс] // World Economic Forum. – Режим доступа : http://www3.weforum.org/docs/GCR2016-2017/05FullReport/TheGlobalCompetitivenessReport2016-2017_FINAL.pdf (дата звернення 22.09.2017).

250. The Government Communication Service: an introduction [Электронный ресурс] // Government Communication Service. – Режим доступа : <https://gcs.civilservice.gov.uk/wp-content/uploads/2015/08/About-the-Government-Communication-Service.pdf> (дата звернення 09.09.2015).

251. The International Visitor Leadership Program [Электронный ресурс] // Bureau of Educational and Cultural Affairs. – Режим доступа : <http://eca.state.gov/ivlp> (дата звернення 13.08.2015). – Назва з екрана.

252. The National Military Strategy of the United States of America 2015 [Электронный ресурс] // Joint Chiefs of Staff. – Режим доступа : http://www.jcs.mil/Portals/36/Documents/Publications/2015_National_Military_Strategy.pdf (дата звернення 14.10.2015).

253. The Valdai International Discussion Club [Электронный ресурс] // Valdai Discussion Club. – Режим доступа : <http://valdaiclub.com/about/valdai/> (дата звернення 15.09.2016). – Назва з екрана.

254. The visual identity of the European Commission [Электронный ресурс] // European Commission. – Режим доступа : http://ec.europa.eu/dgs/communication/services/visual_identity/index_en.htm (дата звернення 19.10.2015). – Назва з екрана.

255. The World Happiness Report [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://worldhappiness.report/> (дата звернення 19.10.2015). – Назва з екрана.

256. The World's Most Valuable Nation Brands [Електронний ресурс] // Brand Finance. – Режим доступу : <http://brandfinance.com/news/press-releases/the-worlds-most-valuable-nation-brands/> (дата звернення 24.09.2016). – Назва з екрана.

257. The Worldwide Governance Indicators (WGI) project [Електронний ресурс] // World Bank. – Режим доступу : <http://info.worldbank.org/governance/wgi/#home> (дата звернення 24.09.2016). – Назва з екрана.

258. The Worldwide Governance Indicators: Ukraine [Електронний ресурс] // World Bank. – Режим доступу : <http://info.worldbank.org/governance/wgi/index.aspx#reports> (дата звернення 24.09.2016). – Назва з екрана.

259. UK Government Communications Plan 2013/14 [Електронний ресурс] // Government Communication Service. – Режим доступу : <https://gcs.civilservice.gov.uk/wp-content/uploads/2015/09/GOVCOMMSPLAN2014.compressed.pdf> (дата звернення 18.10.2015).

260. Update to Congress on National framework for strategic communication [Електронний ресурс] // Mountainrunner.US. – Режим доступу : <http://mountainrunner.us/files/2012/03/President-response-to-NDAA-1055-of-2009.pdf> (дата звернення 15.07.2015). – Назва з екрана.

261. Use of social media in EU communication [Електронний ресурс] // European Commission. – Режим доступу : http://ec.europa.eu/ipg/go_live/web2_0/index_en.htm (дата звернення 23.09.2016). – Назва з екрана.

262. Verify U.S. Federal Government Social Media Accounts [Електронний ресурс] // USA.gov. – Режим доступу : <https://www.usa.gov/verify-social-media> (дата звернення 16.12.2014). – Назва з екрана.

263. Voice of America [Електронний ресурс] // Broadcasting Board of Governors. – Режим доступу : <http://www.bbg.gov/broadcasters/voa/> (дата звернення 28.04.2015). – Назва з екрана.

264. What we do. Departments (Directorates–General) and services. Communication [Электронний ресурс] // European Commission. – Режим доступу : http://ec.europa.eu/dgs/communication/about/what_we_do/index_en.htm (дата звернення 16.06.2016). – Назва з екрана.

265. White Paper on a European communication policy [Электронний ресурс] // EUR-Lex. – Режим доступу : <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX:52006DC0035> (дата звернення 26.05.2015).

266. World Competitiveness Ranking [Электронний ресурс] // IMD. – Режим доступу : <http://www.imd.org/wcc/world-competitiveness-center-rankings/world-competitiveness-yearbook-ranking/> (дата звернення 24.09.2016). – Назва з екрана.

267. World Happiness Report 2017 [Электронний ресурс] // World Happiness Report. – Режим доступу : <http://worldhappiness.report/wp-content/uploads/sites/2/2017/03/HR17.pdf> (дата звернення 15.09.2016).

ДОДАТКИ

Додаток А

Список праць, опублікованих автором за темою дисертації

Праці, які відображають основні наукові результати дисертації:

- *статті у наукових фахових виданнях України:*

1. Бондаренко С. В. Місце соціального інжинірингу в політиці брендингу територій / С. В. Бондаренко // Вісник Дніпропетровського університету. Філософія. Соціологія. Політологія – 2012. – Вип. 20, Т. 20, №9/2. – С. 103-107.

2. Бондаренко С. В. Бренд «Україна» у ракурсі світових рейтингів після парламентських виборів 2012 року / С. В. Бондаренко // Гілея : науковий вісник. – 2013. – № 71. – С. 844-847.

3. Бондаренко С.В. Політика брендингу територій як конструювання реальності/ С. В. Бондаренко // Політичне життя. – 2016. – № 1-2. – С. 7–11.

4. Бондаренко С. В. Інформаційний компонент політики брендингу територій в умовах нелінійних процесів/ С. В. Бондаренко // Політичне життя. – 2017. – № 1-2. – С. 21–26.

5. Бондаренко С. В. Інформаційно-комунікаційна політика Російської Федерації у контексті захисту та просування національних інтересів у світі / С. В. Бондаренко // Актуальні проблеми політики : зб. наук. пр. / редкол.: С. В. Ківалов (голов. ред.), Л. І. Кормич (заст. голов. ред.), М. А. Польовий (відп. секр.) [та ін.] ; НУ «ОЮА», Південноукр. центр гендер. проблем. – Одеса : Фенікс, 2017. – Вип. 59. – С. 109-120.

6. Bondarenko S.V. Informational direction of policy on protecting national interests of territory under conditions of nonlinear processes: theoretical

and methodological framework / S. V. Bondarenko // Політичне життя. – 2017. – № 3. – С. 11-20.

• *статті у наукових періодичних виданнях інших держав з напрямку, з якого підготовлено дисертацію:*

7. Бондаренко С. В. Государственная информационная политика России и Украины в контексте национальной безопасности: основы и принципы формирования / С. В. Бондаренко // Youth World Politic. – 2013. – № 4. – С. 112–118.

8. Bondarenko Sergii Eurointegration Policy Crisis in the Donetsk Area: Information Aspect / Sergii Bondarenko // European Journal of Transformation studies. – 2014. – Vol. 2, No. 1. – P. 57-65.

9. Бондаренко С.В. Бренд «Україна» в умовах нелінійних суспільно-політичних процесів: інформаційно-комунікаційний аспект / С. В. Бондаренко // Evropsky politicky a pravni diskurz. – 2017. – Vol. 4, Iss. 4. – P. 141–147.

• *інші статті:*

10. Нагорняк Т. Л., Бондаренко С. В. Брендинг територій: спроба аналізу засад дослідження / Тетяна Леонтіївна Нагорняк, Сергій Васильович Бондаренко // Історичні і політологічні дослідження. – 2012. - № 2. – С. 282–288.

• *тези і доповіді міжнародних науково-практичних конференцій:*

11. Бондаренко С. В. Digital дипломатія і перспективи розвитку нових видів політичної комунікації у процесі брендингу територій / С. В.Бондаренко // Розвиток політичної науки: європейські практики та національні перспективи: матеріали III Міжнар. наук.-практ. конф. студ., аспір. та мол.науковців, Чернівці, 1 березня 2013 р. – Чернівці : Букрек, 2013. – С. 244–247.

12. Бондаренко С. В. Інформаційна політика державних органів влади у національному брендингу України / С. В.Бондаренко // «Дні науки філософського факультету – 2013», Міжн. наук. конф. (2013 ; Київ). Міжнародна наукова конференція «Дні науки філософського факультету –

2013», 16–17 квіт. 2013 р. : [матеріали доповідей та виступів] / редкол.: А. Є. Конверський [та ін.]. – К. : Видавничо-поліграфічний центр «Київський університет», 2013. – Ч. 9. – С. 254–257.

13. Бондаренко С. В. Європейські стандарти в інформаційній політиці державних органів влади / С. В. Бондаренко // Європейська перспектива України та візова політика країн ЄС: виклики і можливості: Матеріали міжнародної науково-практичної конференції. – Донецьк: Східний видавничий дім, 2013. – С. 240–247.

14. Бондаренко С. В. Інформаційна політика органів державної влади з питань європейської інтеграції в контексті національного брендингу / С. В. Бондаренко // Інновації та традиції у сучасній науковій думці: Матеріали другої Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції 15–17 серпня 2013 року. – Київ, 2013. – Частина 2. – С. 32–38.

15. Бондаренко С. В. Інформаційна політика у брендингу територій / С.В.Бондаренко // «Дні науки філософського факультету – 2014», Міжн. наук. конф. (2014 ; Київ). Міжнародна наукова конференція «Дні науки філософського факультету – 2014», 15–16 квіт. 2014 р. : [матеріали доповідей та виступів] / редкол.: А. Є. Конверський [та ін.]. – К. : Видавничо-поліграфічний центр «Київський університет», 2014. – Ч. 9. – С. 83–86.

16. Бондаренко С. В. Інформаційна політика органів влади в контексті брендингу територій / С. В.Бондаренко // Модернізація соціогуманітарного простору: історичний досвід, виклики та перспективи. Міжн. наук. конф. (2015; Житомир–Вінниця). Всеукраїнська науково-практична наукова конференція з міжнародною участю «Модернізація соціогуманітарного простору: історичний досвід, виклики та перспективи», 14–15 травня 2015 р. : [збірка матеріалів]. – С. 223–224.

17. Бондаренко С. В. Соціальний інжиніринг у контексті політики брендингу територій / С. В. Бондаренко // «Дні науки філософського факультету – 2017», Міжн. наук. конф. (2017 ; Київ). Міжнародна наукова конференція «Дні науки філософського факультету – 2017», 25-26 квіт. 2017р.

: [матеріали доповідей та виступів] / редкол.: А. Є. Конверський [та ін.]. – К.: Видавничо-поліграфічний центр «Київський університет», 2017. – Ч. 8. - С. 7–9.

Праці, які додатково відображають наукові результати дисертації:

• *монографія:*

18. Бондаренко С. В. Формування державної інформаційної політики України в медіасфері / С. В. Бондаренко // Інструментарій впливу ЗМК на аудиторію: колективна монографія / За ред. О.В.Тараненко. – Вінниця: ТОВ «Нілан-ЛТД», 2016. – С. 118–128.

• *статті у наукових виданнях України:*

19. Бондаренко С.В. Засоби масової комунікації у нелінійних суспільно-політичних процесах / С. В. Бондаренко // Збірник наукових праць професорсько-викладацького складу ДонНУ імені Василя Стуса за 2015-2016 рр.. – 2017. – С. 133–135. – Режим доступу : <http://jpvvs.donnu.edu.ua/article/view/4023/405>

Додаток Б

Довідки про впровадження результатів дисертаційного дослідження



УКРАЇНА
ВІННИЦЬКА ОБЛАСНА ДЕРЖАВНА АДМІНІСТРАЦІЯ
 Департамент інформаційної діяльності та комунікацій з громадськістю
 21100, м. Вінниця, вул. Театральна, 14, тел. 56-19-50, тел/факс 35-05-33,53-18-06
 depinformcom@vin.gov.ua

02.10.2017 р. № 01-761

ДОВІДКА
 про впровадження результатів дисертаційного дослідження
Бондаренка Сергія Васильовича
 за темою «Інформаційний напрям захисту національних інтересів
 держави», що подається на здобуття наукового ступеня кандидата
 політичних наук за спеціальністю 23.00.02 «Політичні інститути та
 процеси»

На сучасному етапі розвитку суспільства інформаційно-комунікаційні технології є важелями впливу на фінансово-економічні та соціально-політичні процеси. Необхідність розбудови інформаційного простору Вінницької області обумовлена потребою в інформаційному забезпеченні державної політики та супроводі питань економічного, соціального, духовного, культурного розвитку області, сприянні розвитку інфраструктури Вінниччини, підвищенні ролі засобів масової інформації у становленні громадянського суспільства, забезпеченні конституційних прав громадян на отримання достовірної та об'єктивної інформації, підвищенні рівня взаємодії органів місцевої влади із ЗМІ та інститутами громадянського суспільства.

Основні положення, розроблені у дисертаційному дослідженні Бондаренка Сергія Васильовича за темою «Інформаційний напрям політики захисту національних інтересів держави» представляють для Вінницької обласної державної адміністрації та безпосередньо Департаменту інформаційної діяльності та комунікацій з громадськістю практичний інтерес.

Викладені у роботі теоретичні та практичні напрацювання щодо інформаційної діяльності державних органів влади в умовах нестабільності, дозволяють розширити інструментарій ефективної реалізації регіональної політики та сприяти досягненню стратегічних цілей закладених у «Регіональній програмі сприяння розвитку інформаційного простору та громадянського суспільства у Вінницькій області на 2016-2018 роки», а також «Стратегії збалансованого регіонального розвитку Вінницької області на період до 2020 року».

Зміцнення інформаційного простору Вінниччини, зниження рівня впливу деструктивних дій, націлених на несення шкоди національним інтересам держави, вимагають впровадження нових підходів у реалізації інформаційної політики в умовах «гібридної» війни.

Вважаємо за доцільне використовувати результати дослідження у подальшій роботі органів державної влади та місцевого самоврядування.

Директор Департаменту

Світлана ВАСИЛЮК

Non-governmental organization
 «CENTER FOR PUBLIC COMMUNICATIONS
 ANALYSIS AND DEVELOPMENT «DIALOG»
 ID: 37380354
 tel.: +38 (066) 482-82-48
 e-mail: centerdialog@gmail.com
 http://www.centerdialog.org



Громадська організація
 «ЦЕНТР АНАЛІЗУ ТА РОЗВИТКУ
 ГРОМАДСЬКИХ КОМУНІКАЦІЙ «ДІАЛОГ»
 ІДН: 37380354
 тел.: +38 (066) 482-82-48
 e-mail: centerdialog@gmail.com
 http://www.centerdialog.org

Вих. № 280917-02
 Від 28.09.2017 р.

ДОВІДКА

про впровадження результатів дисертаційного дослідження

Бондаренка Сергія Васильовича

за темою «Інформаційний напрям захисту національних інтересів держави», що
 подається на здобуття наукового ступеня кандидата політичних наук за
 спеціальністю 23.00.02 «Політичні інститути та процеси»

В умовах деструктивних впливів Російської Федерації на Україну, зокрема, на прикордонні території, проблематика інформаційного напрямку захисту національних інтересів нашої держави вимагає чіткого визначення його ролі і функцій в умовах «гібридної» війни. Пошуку нових концептуальних підходів та практичних інструментів, які забезпечать цілісність і суверенітет України за участю інститутів громадянського суспільства.

Основні положення, розроблені у дисертаційному дослідженні Бондаренка С.В. представляють для нашої організації практичний інтерес. Викладені у роботі теоретичні та практичні напрацювання щодо досвіду формування та реалізації інформаційного напрямку політики захисту національних інтересів держав світу та України в умовах нелінійних процесів; переліку і сфер методів та методик дослідження цього напрямку дозволили розширити спектр напрямів подальшої діяльності організації. Зокрема це стосується аналізу та розробки рекомендацій державним органам влади та органам місцевого самоврядування щодо удосконалення інформаційної політики.

Нестандартний підхід щодо розуміння поточної ситуації дає можливість по-новому подивитись на актуальні проблеми в інформаційній та політичній сферах, з якими стикається наша держава. Особливої уваги заслуговує модель інформаційної політики, яка запропонована у дисертаційній роботі. Вона відкриває нові підходи щодо участі інститутів громадянського суспільства у виробленні та реалізації інформаційної політики на державному та місцевому рівні.

Заступник голови правління



С.В.Закревська

PUBLIC ORGANIZATION OF VINNYTSIA
REGION «VINNYTSIAPRESS-CLUB»

Sobornast, 68
Vinnitsya, Ukraine, 21027
tel.mob.: (097) 249-12-10
(050) 193-24-23
obmar111@gmail.com



ВІННИЦЬКА ОБЛАСНА ГРОМАДСЬКА ОРГАНІЗАЦІЯ «ВІННИЦЬКИЙ ПРЕС-КЛУБ»

Україна, 21027 м. Вінниця,
Соборна, 68
тел.моб.: (097) 249-12-10
(050) 193-24-23
obmar111@gmail.com

«05» жовтня 2017
№ 05/10

ДОВІДКА
про впровадження результатів дисертаційного дослідження
Бондаренка Сергія Васильовича
за темою «Інформаційний напрям захисту
національних інтересів держави»,
що подається на здобуття наукового ступеня кандидата політичних наук
за спеціальністю 23.00.02 «Політичні інститути та процеси»

На сучасному етапі розвитку інформаційного суспільства, коли засоби масової комунікації стали одними із основних важелів суспільних змін, існує нагальна потреба пошуку оптимальних механізмів виявлення та нівелювання впливу пропаганди та перекручування інформації, націленої на підриг цілісності та суверенітету України.

Втрата довіри до українських ЗМІ відкриває «вікно можливостей» для захоплення нашого інформаційного простору іншими державами, що негативно впливає на захист і просування національних інтересів, єднанню суспільства навколо ідей сильної та незалежної України.

Основні положення дисертаційного дослідження Бондаренка С.В. на тему «Інформаційний напрям захисту національних інтересів держави» дозволили відкрити нові напрями діяльності Організації, що сприяють налагодженню ефективної взаємодії між засобами масової інформації, громадою та органами влади Вінниччини. Переосмислення підходів щодо вироблення та реалізації інформаційної політики в умовах кризи довіри дозволяють знаходити точки дотику та порозуміння. Демонструють нетиповий погляд сучасної комунікаційної практики на існуючі проблеми та шляхи їх вирішення.

Положення дисертаційного дослідження знайшли відображення у реалізації проектів з:

- навчання журналістів Вінницької області (проект «**«Вінницький вибір 2015»»** (2015 рік)), представників прес-служб та відділів зв'язків з громадськістю державних органів влади та місцевого самоврядування (за підтримки Проекту **DVVI**International в Україні проекту **«Регіональні голоси за демократію»** (2015 -2016pp));

- моніторингу регіональних ЗМІ на дотримання журналістських стандартів (проект «Моніторинг професійних стандартів журналістики та «джинси» (2010 - 2014 рік)) за підтримки Українського освітнього центру реформ.
- медіаграмотності населення (проект «Децентралізація: просто про складне» (2017 рік)) за підтримки Проекту **DVVInternational в Україні проекту «Регіональні голоси за демократію»;**
- оцінки реалізації реформи децентралізації у Кіровоградській, Вінницькій та Черкаській областях (проект за підтримки «Кіровоградського прес-клубу»» (2017рік)).

Вважаємо за доцільне продовжувати розробку обраної Бондаренком С.В. теми та використання результатів дослідження у роботі інститутів громадянського суспільства, органів державної влади та місцевого самоврядування.

Керівник проекту



Наталія Болховська



УКРАЇНА
МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ДОНЕЦЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ ВАСИЛЯ СТУСА

вул. 600-річчя, 21, м. Вінниця, 21021, тел. приймальні: +38 (0432) 50-89-30,
 факс: +38 (0432) 50-87-78, E-mail: rector@donnu.edu.ua, код ЄДРПОУ 02070803

«05» 10 2014 № 178/21-13/21.1.3
 На № _____ від _____

Для подання до спеціалізованої вченої
 ради К 11.051.13

ДОВІДКА

Даним документом підтверджується, що основні положення дисертаційної роботи аспіранта кафедр и політології та державного управління Бондаренка Сергія Васильовича «Інформаційний напрям політики захисту національних інтересів держави» впроваджені в навчальній роботі, а саме при викладанні дисциплін «Політичні комунікації» та «Національна і регіональна безпека». Автором у роботі розглядаються уточнені наукові категорії: «політична територія», «політичний простір», «політико-образний простір», «політико-смысловий простір», «національні інтереси», «інформаційна політика»; обґрунтована змістовна розбіжність понять «політична територія» і «політичний простір», які у політичній науці використовуються, як синоніми; доведено, що інформаційний напрям політики захисту національних інтересів є складовою державної політики, яка забезпечує просування і захист національних інтересів у публічному інформаційному, політико-образному та політико-смысловому просторах. Вказано на синергетичну специфіку реалізації політики захисту національних інтересів держав світу в умовах нелінійності розвитку світу.

Систематизація існуючих концепцій та уточнення знань про політичні території та простори, національні інтереси, політичні системи в умовах хаосу, на основі яких отримано нові науково-обґрунтовані результати, дозволили провести комплексне дослідження специфіки поточного стану інформаційного напрямку політики захисту національних інтересів держав світу в умовах сучасних нелінійних політичних процесів.

Проректор з наукової роботи



І.В. Хаджинов