

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ



Co-funded by the
European Union



Стратегічні комунікації ЄС: проти дія деструктивним впливам

Колективна монографія

Луцьк
Вежа-Друк
2023

УДК 355.451(061.1ЄС)

С 83

*Рекомендовано до друку вченою радою
Волинського національного університету
імені Лесі Українки (протокол № 7 від 25 травня 2023 р.)*

Рецензенти:

Тетяна Сидорук – доктор політичних наук, професор, завідувач кафедри міжнародних відносин, Національний університет «Острозька академія» (м. Острог);

Євгенія Юрійчук – доктор політичних наук, професор кафедри політології та державного управління, Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича (м. Чернівці);

Ігор Тодоров – доктор історичних наук, професор кафедри міжнародних студій та суспільних комунікацій, Ужгородський національний університет (м. Ужгород);

Стратегічні комунікації ЄС: протидія деструктивним впливам [Текст] :
С 83 кол. моногр. / за заг. ред. д-ра політ. наук, проф. Н. Карпчук. – Луцьк : Вежа-Друк, 2023. – 308 с.

ISBN 978-966-940-489-3

У монографії досліджено стратегічні комунікації Європейського Союзу, які є інструментом боротьби з деструктивними інформаційними впливами. Зокрема, проаналізовано інформаційний та безпековий виміри стратегічних комунікацій.

Видання буде корисним студентам, аспірантам, викладачам вищих навчальних закладів, науковцям із міжнародних відносин і соціальних комунікацій, дослідникам комунікаційної діяльності ЄС й усім, хто цікавиться стратегічними комунікаціями.

УДК 355.451(061.1ЄС)

ISBN 978-966-940-489-3

© Карпчук Н. (наук. ред.), 2023
© Федонюк С. (обкладинка), 2023

ЗМІСТ

ПЕРЕДМОВА	5
FOREWORD	7
РОЗДІЛ 1	
ІНФОРМАЦІЙНИЙ ВИМІР СТРАТЕГІЧНИХ	
КОМУНІКАЦІЙ ЄС	9
Концептуальні основи стратегічних комунікацій	
<i>Богдан Юськів</i>	9
Європейські цінності – наріжний камінь функціонування й розширення Європейського Союзу	
<i>Наталія Карпчук</i>	90
Медіаджерела для висвітлення тематики ЄС	
<i>Наталія Карпчук</i>	106
Публічна дипломатія та зв'язки з громадськістю як компоненти стратегічних комунікацій ЄС	
<i>Антоніна Шуляк</i>	128
Нормативно-інституційна характеристика медіаграмотності та інформаційної гігієни ЄС	
<i>Назарій Шуляк</i>	145
Досвід ЄС під час COVID-19: найкращі практики комунікації та особливості менталітету	
<i>Антоніна Шуляк</i>	158
Стратегічні комунікації НАТО	
<i>Сергій Федонюк</i>	169
Комунікації ЄС із країнами Східного партнерства	
<i>Сергій Федонюк</i>	188
РОЗДІЛ 2. БЕЗПЕКОВИЙ ВИМІР СТРАТЕГІЧНИХ	
КОМУНІКАЦІЙ ЄС	195
Стратегічні комунікації в контексті спільної безпекової політики ЄС	
<i>Сергій Федонюк</i>	195

Оперативні групи стратегічних комунікацій ЄС: безпековий контекст	210
<i>Наталія Карпчук</i>	
Стратегічні комунікації ЄС для протидії пропаганді екстремізму й радикалізму	237
<i>Наталія Карпчук</i>	
Кібербезпека в ЄС	259
<i>Сергій Федонюк</i>	
Цивільний захист, гуманітарна допомога та миротворча діяльність як складові частини стратегічних комунікацій ЄС	280
<i>Наталія Карпчук</i>	
Автори	303
Authors	304

ПЕРЕДМОВА

ЄС як міжнародний актор націлений на забезпечення інтересів у глобальному управлінні. Ця функція зумовлена посиленням конкуренції впливів і параметрів політичного позиціонування, значною трансформацією інноваційних ресурсів, уключенням інструментів прямого та опосередкованого впливу на актив зовнішньополітичних стратегій, спрямованих на позиціонування й створення іміджу ЄС на міжнародній арені. Серед інноваційних інструментів ЄС визначено стратегічні комунікації.

Насправді стратегічна комунікація не є новою концепцією для ЄС, але її важливість для зовнішньої та внутрішньої політики й безпеки зростає в контексті дезінформації РФ про війну в Україні та пропагандистських кампаній джихаду в різних частинах світу.

Відповідно до «Глобальної стратегії зовнішньої політики та політики безпеки ЄС» (2016 р.), стратегічні комунікації передбачають інвестиції в публічну дипломатію для встановлення контактів між зовнішньою політикою ЄС і громадянами й кращого інформування партнерів про політику Союзу. Це вимагає підвищення узгодженості та швидкості обміну інформацією про принципи й дії, оперативного спростування дезінформації, забезпечення відкритості медіасередовища всередині та за межами ЄС як на місцевому рівні, так і через соціальні мережі. У Стратегії також наголошено на необхідності неформального діалогу й розширеної співпраці ЄС і координації з НАТО щодо ситуаційної обізнаності, стратегічних комунікацій, кібербезпеки, запобігання кризам та протидії гібридним загрозам із дотриманням принципів відкритості й автономності в процесі прийняття рішень.

Упродовж останніх років ЄС зазнав впливу дестабілізувальних повідомлень, які, по суті, становили послідовні ворожі кампанії «стратегічних комунікацій». Меседжі, котрі просуває Росія (усередині самої Росії, у межах ЄС і в європейських країнах, що сусідять з обома), прямо націлені на ЄС, його специфіку та політику. Меседжі, які поширювала так звана Ісламська держава Іраку й Леванті (ІДІЛ), були більш «цивілізаційними», тобто спрямованими на європейські чи західні цінності, та водночас більш особистими, місцевими й національними, тобто зосередженими на конкретних ситуаціях відчуження та маргіналізації. Суперечливість цих повідомлень полягає у тому, що ЄС одночасно звинувачують у тому, що він «більше не християнський» (Росія) і є континентом «нетерпимих хрестоносців» (ІДІЛ). В обох випадках Союз зображують як «декадентський», керований цінностями, що підривають соціальну згуртованість і спільну ідентичність. Ворожі повідомлення були персоналізованими та емоційними; вони часто побудовані на реальних чи уявних образах і здебільшого доставлялися за допомогою складних методів.

Обидві кампанії грали на слабкостях ЄС. Останнім часом «м'яка сила» Союзу значно постраждала, оскільки внутрішні розбіжності, неадекватна реалізація політики та зростання популізму сприяли створенню середовища

(навіть у самому ЄС), яке відносно легко сприймає такі повідомлення. Це, своєю чергою, ще більше підриває «м'яку силу» Європи й вплив ЄС загалом.

Спочатку колективна відповідь ЄС була повільною, але згодом прискорилося. У Союзі наголошують, що не займаються контрпропагандою, натомість тривалий час ЄС орієнтувався на реакцію/діяльність на національному рівні. Проте виклики, спрямовані проти Спільноти в цілому, не знають кордонів і не можуть вирішуватись окремо. Усвідомлення цього спонукало до розробки скоординованих дій на рівні ЄС, щоб суттєво змінити деструктивний контекст. Із погляду методу та стилю, комунікації ЄС часто були безликими, анонімними, технократичними, беземоційними й поклалися на очікування (або радше припущення), що факти свідчать самі про себе. Зміни відбулися, коли в ЄС стали акцентувати на «розповіді історій», тобто переформуванні хибних уявлень і реагуванні на відверту брехню чи містифікацію.

Мета цієї колективної монографії – надати передові й критичні знання про процес розробки та впровадження стратегічних комунікацій ЄС, щоб створити й сприяти позитивному сприйняттю Союзу, його зовнішньої політики та політики безпеки, спростувати дестабілізуювальні повідомлення й протидіяти зовнішнім деструктивним впливам.

Автори розглядали стратегічні комунікації ЄС у двох вимірах, а саме: 1) інформаційний вимір – концепція «стратегічної комунікації» та її бачення в ЄС; публічна дипломатія й міжнародний PR ЄС; просування європейських цінностей; медіависвітлення тематики ЄС; медіаграмотність у ЄС та інформаційна гігієна; інформаційно-психологічна підтримка населення в період COVID-19 (досвід ЄС); стратегічні комунікації НАТО; стратегічні комунікації ЄС із країнами Східного партнерства; 2) безпековий вимір – взаємозв'язок стратегічних комунікацій зі спільною політикою безпеки й оборони ЄС; Оперативні групи Страткому ЄС (East StratCom, StratCom South, Western Balkans Stratcom); протидія ЄС поширенню ідей радикалізації та деструктивної пропаганди; кібербезпека ЄС; цивільний захист, гуманітарна допомога й підтримання миру як частина стратегічних комунікацій ЄС.

Досвід ЄС загалом (і практика його держав-членів зокрема), а також підтримка України у протидії інформаційним маніпуляціям Росії є надзвичайно важливими для України, яка з 2014 р. перебувала в стані гібридної війни з РФ, а з 24 лютого 2022 р. – у повномасштабній війні проти Росії.

Ця колективна монографія написана в рамках програми ERASMUS+, напряму Жан Моне «Стратегічні комунікації ЄС: протидія деструктивним впливам» № 101047033 – EUSCCDI – ERASMUS-JMO-2021-HEI-TCH-RSCH¹.

Наталія КАРПЧУК

¹ *Фінансується Європейським Союзом. Проте висловлені погляди та думки належать лише авторам і не обов'язково відображають погляди Європейського Союзу чи Європейського виконавчого агентства з питань освіти та культури (EACEA). Ні Європейський Союз, ні EACEA не можуть нести за них відповідальність.*

FOREWORD

As an international actor, the EU aims to secure its interests in global governance. This function is predetermined by increasing competition of influences and parameters of political positioning, significant transformation of innovation resources and inclusion of direct and indirect influence tools in the assets of foreign policy strategies aimed at the EU positioning and image-making in the international arena. Among the innovative tools of the EU, strategic communications have been identified.

Strategic communication is not a new concept for the EU, but its importance to foreign and domestic policy and security is growing in the context of the Russian Federation's disinformation about the war in Ukraine and jihadist propaganda campaigns in various parts of the world.

According to the Global Strategy for Foreign Policy and Security Policy of the EU (2016), strategic communications involve investment in public diplomacy in various fields to establish contacts between EU foreign policy and citizens and to better inform partners about the policy. This requires increasing the coherence and speed of information exchange on principles and actions, prompt refutation of disinformation and ensuring the openness of the media environment inside and outside the EU, both at the local level and through social media. It also highlights the need for informal dialogue and enhanced EU cooperation and coordination with NATO on situational awareness, strategic communications, cyber security and crisis prevention and avoidance to counter hybrid threats while respecting the principles of openness and autonomy in the decision-making process.

In recent years, the EU has been exposed to destabilizing messages that have essentially amounted to successive hostile "strategic communications" campaigns. The messages promoted by Russia (within Russia itself, within the EU and in the European countries neighbouring both) have been directly aimed at the EU, its nature and its policies. The messages disseminated by the so-called Islamic State of Iraq and the Levant (ISIS) have been more "civilizational", i.e. aimed at European or Western values, and at the same time more personal, local and national, i.e. focused on specific situations of estrangement and marginalization. The contradiction in these reports is that the EU is simultaneously accused of being "no longer Christian" (Russia) and a continent of "intolerant crusaders" (ISIS). In both cases, the Union has been depicted as "decadent", driven by values that undermine social cohesion and common identity. Hostile messages have been personalized and emotional, often built on real or imagined images, and mostly delivered using sophisticated techniques.

Both campaigns have played on the EU's own weaknesses. The Union's "soft power" has suffered considerably in recent times: internal divisions, inadequate policy delivery, and mounting populism have all contributed to creating an environment (even inside the EU itself) that is significantly more receptive to their messaging. This, in turn, further undermines Europe's "soft power" and, more generally, EU influence.

The EU's collective response was slow at first, but it has picked up speed recently. The Union emphasizes that it does not engage in counter-propaganda, instead, for a long time, the EU focused on reaction/action at the national level. However, the challenges directed against the Community as a whole know no borders and cannot be tackled separately. Awareness of this prompted the development of coordinated action at the EU level to significantly change the destructive context.

In terms of method and style, the EU's communications have often been faceless, anonymous, technocratic, unemotional, and reliant upon the expectation (or rather assumption) that facts will speak for themselves. The changes took place when the EU began to emphasize "storytelling", that is, reshaping false perceptions and responding to outright lies or hoaxes.

This collective monograph aims to deliver advanced and critical knowledge about the process of elaboration and implementation of the EU strategic communications to create and promote a positive perception of the Union, its foreign and security policy, to refute destabilizing messages and to counteract external destructive influences.

Strategic communications have been considered in two dimensions, namely:

1) information dimension: the concept of "strategic communication" and its vision in the EU; the EU public diplomacy and international PR; promotion of European values; media coverage of the EU issues; EU media literacy and information hygiene; information and psychological support of the population in the COVID-19 period (the EU experience); NATO strategic communications; EU strategic communications with the Eastern Partnership countries;

2) security dimension: relations of strategic communications with the EU common defence and security policy; the EU StratCom Task Forces (East StratCom, StratCom South, Western Balkans Stratcom); EU counteraction to the dissemination of radicalization ideas and destructive propaganda; EU cyber-security; civil protection, humanitarian assistance and peacekeeping as the part of the EU strategic communications.

The EU experience in general (and the practice of its Member-States in particular) as well as the support to Ukraine in counteracting Russia's information manipulation are of utmost importance to Ukraine which has been in the situation of hybrid warfare with the RF since 2014, and in a full-scale war with Russia since February 24, 2022.

This collective monograph is written in the framework of the ERASMUS+ Programme, Jean Monnet, "EU Strategic Communications: Counteraction to Destructive Influences" № 101047033 – EUSCCDI – ERASMUS-JMO-2021-HEI-TCH-RSCH².

Nataliia KARPCHUK

² Funded by the European Union. Views and opinions expressed are however those of the authors only and do not necessarily reflect those of the European Union or the European Education and Culture Executive Agency (EACEA). Neither the European Union nor the EACEA can be held responsible for them.

РОЗДІЛ 1

ІНФОРМАЦІЙНИЙ ВИМІР СТРАТЕГІЧНИХ КОМУНІКАЦІЙ ЄС

Концептуальні основи стратегічних комунікацій

Богдан ЮСЬКІВ

Стратегічні комунікації. Свого часу М. Маклюєн писав³, що комунікація має розглядатися насамперед як процес генерування соціальних сенсів. Вона є не просто процесом обміну інформацією – це процес створення якоїсь спільності, у якій осмислюється будь-яка інформація й потім співвідноситься із сенсами всіх учасників комунікаційних взаємодій, формуючи таким чином певний ступінь взаєморозуміння, а також сумісне створення сенсу або сенсогенування.

Ці, здавалося б, суто теоретичні судження/здогадки почали стрімко набувати практичного характеру в умовах сучасного суспільства. Актуалізується потреба в таких сенсогенуючих, або, точніше, цілегенеруючих комунікаціях. Такі комунікації отримали окрему назву – *стратегічні комунікації*. Цей термін став популярним протягом останніх десятиліть.

За словами маркетолога Х. Таріка, стратегічні комунікації – це глибокий процес, який ураховує, «із ким ви говорите, чому ви говорите з ними, як і коли ви говоритимете з ними, якої форми має набути контент і які канали ви повинні використовувати, щоб поділитися ним»⁴. Таке системне планування та реалізація інформаційних потоків, комунікації, розвиток медіа й піклування про імідж у довгостроковій перспективі стали відносити до стратегічних комунікаційних цілей, а весь процес називати розробкою політики стратегічної комунікації. Іншими словами, стратегічні комунікації означають, що комунікаційні зусилля підпорядковані порядку денному, загальному плану, місії, баченню та цінностям фірми/організації/країни. Зазвичай, цей загальний план передбачає просування бренду чи іміджу, позиції на ринку, компетентності серед конкурентів, заохочення людей до певних дій або просування певного законодавства.

Нестратегічні та стратегічні комунікації. На цьому тлі опонуючі комунікації стали називати *нестратегічними*. Як стверджують практики, нестратегічні комунікації все ж залишаються досить поширеними. На тлі постійно зростаючого розмаїття медіа й низьких бар'єрів для їх використання легко змарнувати ресурси або поставити організацію в незручне становище. Можна отримати багато переглядів, вражень чи підписників, але при цьому

³ Маклюєн Г. М. *Понятіе Медиа: Внешне расширение человека*. Москва: КАНОК-Пресс-Ц. 2003. 464 с. С. 3.

⁴ *What Is Meant by Strategic Communications?* URL: <https://degree.astate.edu/articles/media-management/what-is-meant-by-strategic-communications.aspx>

комунікації не досягатимуть конкретних цілей. За словами голови Школи комунікацій Гавайського університету Т. Келлехера⁵, випускати прес-релізи та шукати висвітлення в ЗМІ може видаватися продуктивним, але без стратегічного плану існує ризик неправильного розподілу зусиль. Це особливо актуально для молодшого персоналу або людей, які прийшли з реклами, оскільки вони можуть бути занадто зосереджені на медіавідгуках (наприклад, скільки людей прослухали нашу рекламу на радіо), а не на конкретних результатах (наприклад, скільки людей отримали щеплення від грипу або скільки осіб дізналися про танення Арктики).

Стратегічні комунікації поєднують у собі «проштовхування» й «донесення». Бути стратегічним означає передавати найкраще повідомлення через правильні канали, зважаючи на добре продумані організаційні та комунікаційні цілі. У цьому полягає різниця між тим, щоб просто робити комунікації, і тим, щоб робити правильні комунікації⁶.

Приклади використання поняття «стратегічні комунікації». Стратегічні комунікації як термін зараз стає поняттям, що набуває все ширшого визнання. Емпіричні дослідження демонструють, що словосполучення «стратегічні комунікації» стало винятково поширеним від 1990-х років. У цьому, зокрема, переконують нас графіки, подані на рис. 1.1 й 1.2.

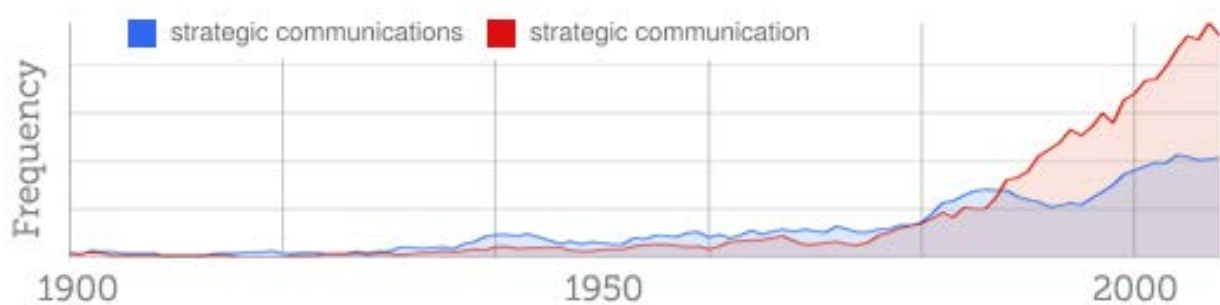


Рис. 1.1. Частота появи фрази «стратегічні комунікації» в книгах, відсканованих проєктом Google's books (джерело: ⁷)

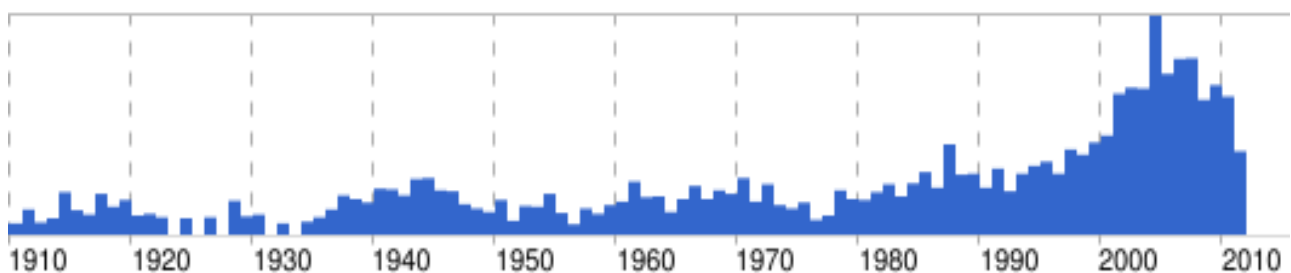


Рис. 1.2. Частота появи фрази «стратегічні комунікації» на вебсторінках, проіндексованих Google (джерело: ⁸)

⁵ *What is strategic communications?* URL: <https://www.idea.org/blog/2011/03/16/what-is-strategic-communications/>

⁶ *Ibidem.*

⁷ *What is strategic communications?* URL: <https://www.idea.org/blog/2011/03/16/what-is-strategic-communications/>

⁸ *Ibidem.*

Тут доцільно навести розлогий перелік конкретних прикладів його застосування⁹:

– усе більше корпорацій у Європі, Південній Африці, Австралії, Новій Зеландії та Північній Америці використовують стратегічні комунікації для опису своїх підрозділів і послуг, які вони надають. Університети, що прийняли цей підхід, варіюються від Каліфорнійського університету в США до Університету Британської Колумбії в Канаді й Університету Вільної Держави в Південній Африці;

– гігантська група Mercer Human Resources Consulting широко використовує цей термін для опису своїх послуг, тоді як різні менші агенції та консалтингові компанії позиціонують себе як консультанти зі стратегічних комунікацій. Часто великі компанії створюють власні структури – центри стратегічних комунікацій, які займаються корпоративними комунікаціями, зв'язками з громадськістю й інвесторами, котрі шукають інформацію та застосовують найкращі практики для розробки стратегічних комунікаційних планів для своїх компаній;

– неприбуткові організації часто підтримують ідею описати використання ними комунікаційної діяльності, що поєднує адвокацію й розвиток, а також пропонують навчання стратегічного застосування комунікацій у публічних дебатах;

– престижна Американська асоціація адвокатів, яка представляє адвокатів США, має у своїй структурі Постійний комітет зі стратегічних комунікацій, до компетенції котрого входить нагляд за комунікаційними пріоритетами та цілями асоціації, розробка інтегрованих комунікаційних повідомлень, планів і стратегій, розробка та оцінка демонстраційних проєктів;

– спонсори інформаційних кампаній говорять про стратегічні комунікації як про інструмент, що застосовується в міжнародних кампаніях з охорони здоров'я, як про інструмент заохочення екологічної активності, а також як про важливий інструмент реагування на епідемію ВІЛ/СНІДу. Уряд США наголошує на стратегічних комунікаціях у рамках своєї ініціативи з контролю над наркотиками;

– уряд США визнає стратегічні комунікації критично важливим елементом публічної дипломатії та військового втручання в неспокойні регіони, такі як Ірак й Афганістан;

– у доповіді ООН, ухваленій у 1997 р., рекомендовано створити функцію стратегічної комунікації, «спрямовану на те, щоб зробити Організацію Об'єднаних Націй більш потужним та ефективним захисником програм, політики й цінностей, які просувають її члени». Різні філії ООН, такі як Міжнародна організація праці в Женеві, реалізують програми стратегічних комунікацій;

⁹ Hallahan K., Holtzhausen D. R., van Ruler B., Verčič D., Sriramesh K. Defining Strategic Communication. *International Journal of Strategic Communication*. 2007. No 1. P. 3 – 35. P. 6 – 9. URL: https://www.researchgate.net/publication/241730557_Defining_Strategic_Communication

– відділ комунікації з питань розвитку Світового банку пояснює, що цей підрозділ «підтримує місію Банку зі скорочення бідності, надаючи клієнтам консультації зі стратегічної комунікації та інструменти, необхідні для розробки й реалізації успішних проєктів і реформ, спрямованих на покращення становища бідних»;

– в Африці та інших частинах світу, що розвиваються, Партнерство з питань комунікації у сфері охорони здоров'я має на меті «зміцнення громадського здоров'я в країнах, що розвиваються, за допомогою програм стратегічної комунікації»;

– у багатьох інших випадках стратегічна комунікація використовується як синонім зв'язків із громадськістю, а також для переосмислення політичних переконань, просування послуг адвокатування в судових процесах, для здійснення кризових комунікацій і сприяння створенню бренду. Стратегічні комунікації також перебувають у центрі уваги останнього покоління комунікаційних аудитів;

– університетські програми в США, що пропонують навчання з реклами та зв'язків із громадськістю, прийняли стратегічні комунікації як єдиний термін для позначення інтегрованих навчальних програм, що поєднують спільні стратегії з цих дисциплін. Серед навчальних закладів, які застосували такий підхід, – університети штатів Канзас, Кентуккі, Мінесота, Міссурі, Огайо, Оклахома й Вісконсин. Зростає кількість інших навчальних закладів у всьому світі, що пропонують аспірантуру та сертифікати з відповідного предмета: Колумбійський, Ліхайський і Антіохійсько-Сіетлський університети (США), Університет Центрального Ланкаширу (Велика Британія), Університет Королівського Берліна (Німеччина);

– семінари зі стратегічних комунікацій пропонують різні професійні групи, починаючи від Американського товариства зі зв'язків із громадськістю (2005) і закінчуючи Європейською федерацією біотехнологій (2006). Аналогічно стратегічні комунікації перебувають у фокусі уваги щонайменше двох інститутів у Сполучених Штатах. Американський університет у Вашингтоні (округ Колумбія) керує Інститутом стратегічних комунікацій для неприбуткових організацій, який проводить навчання. Консорціум стратегічних комунікацій Університету штату Арізона сприяє передовим дослідженням, викладанню та публічному обговоренню ролі комунікацій у боротьбі з тероризмом, зміцненню національної безпеки й успішній участі в публічній дипломатії в усьому світі;

– професійний друкований часопис «Strategic Communication Management», який видається видавництвом «Melcrum Publications», об'єднує фахівців-практиків у таких сферах, як корпоративна та внутрішня комунікація, управління персоналом, управління знаннями й інтрамережами, корпоративна відповідальність;

– дослідники мовленнєвої комунікації використовують цей термін у назвах підручників. Стратегічна комунікація також визнається елементом міжособистісної та лідерської комунікації.

Наведені приклади демонструють лише окремі сфери діяльності, у яких використовують стратегічні комунікації. Як бачимо, залежно від характеру організації, стратегічні комунікації варіюють від пересічних бізнесових і суспільних проблем до справ «високої» політики рівня національних держав та міжнародних організацій. Якщо бізнесові організації знаходять ефективне застосування стратегічним комунікаціям у просуванні власної продукції/послуг, підвищенні культурної обізнаності цільової аудиторії, корпоративної ідентичності й етичних принципів роботи тощо, то стратегічні комунікації, наприклад НАТО, працюють на міжнародному рівні – допомагають підтримувати міждержавну та безпекову політику Альянсу, інформаційні й психологічні операції, які вона реалізовує в рамках своєї діяльності.

Стратегічні комунікації як об'єднувальна основа аналізу комунікацій.

Однією з тенденцій сучасних комунікаційних процесів є їхній об'єднавчий характер. Стратегічні комунікації стали своєрідним символом цього єднання. «Стратегічна комунікація» є терміном, що використовується для позначення понад сотні дисциплін, псевдодисциплін і професій. Він представляє частину сучасної суспільної діяльності, яка перебуває на стадії становлення та розвитку і використовується як повсюдно повторювана й корисна концепція, що стає символом розумного мислення, планування та координації. Якщо ж дивитися з погляду національного розвитку й безпеки, то стратегічні комунікації демонструють перевагу використання «м'якої сили» над «жорсткою», здобуття підтримки цільової аудиторії через комунікацію.

Як зазначено в ¹⁰, термін «стратегічна комунікація» можемо сприймати як об'єднувальний елемент із чотирьох причин:

1) швидко зникає здатність розрізнити традиційні комунікаційні заходи та їхні наслідки. Наприклад, фахівці зі зв'язків із громадськістю все більше покладаються на платну рекламу для передачі важливих повідомлень на різні теми. Тим часом маркетологи очолюють кооперативні й маркетингові програми, пов'язані з конкретними справами, які колись були винятковою прерогативою зв'язків з громадськістю. Претензії на виняткову відповідальність за певні види діяльності в організації стають предметом численних суперечок;

2) під впливом технологій та економіки медіа відбуваються важливі зміни в суспільній комунікації. Цифрові технології (інтернет, засоби миттєвого обміну повідомленнями) роблять усе більш неможливим відрізнити, що є рекламою, а що – публісіті, стимулюванням збуту чи електронною комерцією. Технології зближують канали комунікації. Подібним чином безліч гібридних повідомлень, які просувають медіакомпанії, що прагнуть прибутку (реклама, продакт-плейсмент, спонсорство), містять у собі традиційні елементи публічної комунікації;

¹⁰ Hallahan K., Holtzhausen D. R., van Ruler B., Verčič D., Sriramesh K. Defining Strategic Communication. *International Journal of Strategic Communication*. 2007. No 1. P. 3 – 35. P. 6 – 9. URL: https://www.researchgate.net/publication/241730557_Defining_Strategic_Communication

3) організації використовують щораз більше різноманітних методів впливу на поведінку людей – на те, що вони знають, що відчувають і як діють у ставленні до організації. Тому досвід аудиторії та враження від організацій є сумою досвіду кожної людини, а відтак стає все більш сумнівним, чи можна достовірно визначити ефекти конкретної комунікаційної діяльності ізольовано. Зрештою, люди не обов'язково мусять розрізняють різні форми комунікацій, які здійснює організація;

4) стратегічна комунікація визнає, що цілеспрямований вплив є фундаментальною метою комунікацій організацій. Існують напрями комунікаційної діяльності, які концептуально ґрунтуються лише на наданні інформації (наприклад технічні комунікації) або на встановленні та підтримці відносин (зв'язки з громадськістю). Однак ці напрями є тільки необхідними, але не достатніми умовами для досягнення організаціями стратегічно важливих цілей. Щоб бути актуальними, теорія й дослідження комунікацій повинні зосередитися на тому, як комунікації сприяють досягненню мети існування організації.

Проблема визначення стратегічних комунікацій. Незважаючи на значну кількість досліджень (передусім європейських та американських дослідників) і чимало визначень, сьогодні ми спостерігаємо істотні проблеми в єдиному та цілісному розумінні того, чим є стратегічні комунікації, як вони мають реалізовуватися й що є їхнім результатом. Цьому сприяють незрілість самого явища та динаміка його розвитку.

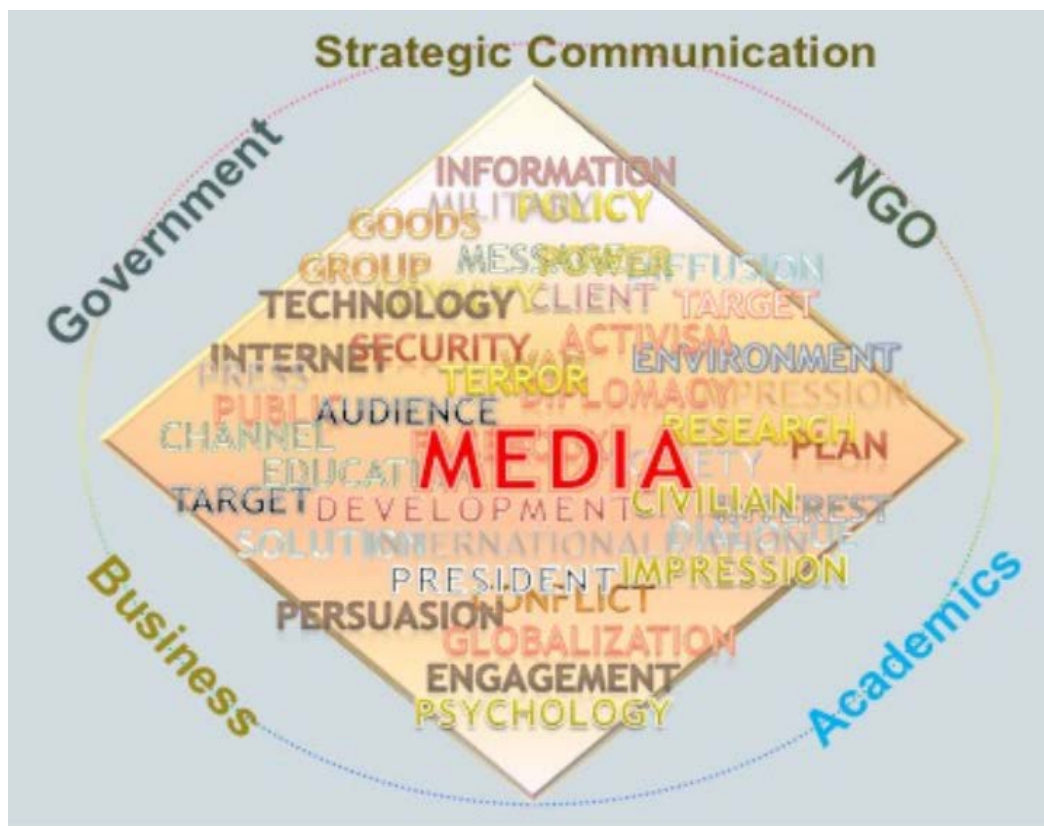
Насамперед потрубно вказати, що, незважаючи на популярність, термін «стратегічна комунікація» несе в собі певне цілісне, але розпливчате значення,¹¹ «За останні років різноманітні промислові, академічні, урядові та неприбуткові установи використовували цей термін у власній інтерпретації, що призвело до плутанини в їхніх спробах узяти гору в питаннях узгодженого визначення стратегічних комунікацій. Хоча цей термін буквально означає розмову, діалог і будь-яку форму обміну думками, ці інституції, зазвичай, одержимі власною правотою й наполягають на тому, що стратегічні комунікації треба розуміти та використовувати так, як вони його розуміють. Іншими словами, неможливо виробити спільну концепцію стратегічних комунікацій доти, доки не буде досягнуто репрезентативного та єдиного консенсусу серед спільноти фахівців зі стратегічних комунікацій»¹².

Хорошою ілюстрацією сказаного є візуалізація «сфери інтересів/змісту» стратегічних комунікацій, представлена на рис. 1.3. Цю ілюстрацію автор називає «Візуалізація народження стратегічних комунікацій». Вона не лише показує обширне й запутане використання стратегічних комунікацій, яке намагаються подолати урядові установи, академічні дослідники, неурядові

¹¹ Halloran R. Strategic Communication. *Parameters*, 2007. No 37(3). Pp. 4 – 14. URL: <http://strategicstudiesinstitute.army.mil/pubs/parameters/Articles/07autumn/halloran.pdf>

¹² Young Joon Lim. Theorizing Strategic Communication in Parsimony from the U.S. government perspective. *KOME: An International Journal of Pure Communication Inquiry*. 2015. No 3(1). Pp. 1 – 15. P.3. URL: <http://komejournal.com/files/131.pdf>

організації та працівники бізнесу, але й демонструє безладне зловживання формулюваннями для визначення й концептуалізації стратегічних комунікацій¹³.



*Рис. 1.3. Сфери інтересів і зміст стратегічних комунікацій, 2015 р.
(джерело: ¹⁴)*

Подібне спостерігаємо також на рівні окремих сфер комунікації. На рис. 1.4 подано змістовні зв'язки між стратегічними комунікаціями НАТО, які також не є чітко визначеними. Наприклад, добре видно, що стратегічні комунікації пов'язані з інформаційними операціями (Info Ops), психологічними операціями (PSYOPS), політичним маркетингом, публічною дипломатією (PD). І це лише деякі з них. Графік ілюструє складність визначення меж сфери стратегічних комунікацій. Зауважимо, що питання про місце стратегічних комунікацій відносно інших елементів, таких як Info Ops, PSYOPS, зв'язки з громадськістю та публічна дипломатія, є предметом постійних суперечок усередині самої організації. І це не кажучи вже про особливості організації стратегічних комунікацій у країнах-членах НАТО.

¹³ Young Joon Lim. Theorizing Strategic Communication in Parsimony from the U.S. government perspective. *KOME: An International Journal of Pure Communication Inquiry*. 2015. No 3(1). Pp. 1 – 15. P.3. URL: <http://komejournal.com/files/131.pdf>

¹⁴ Young Joon Lim. Theorizing Strategic Communication in Parsimony from the U.S. government perspective. *KOME: An International Journal of Pure Communication Inquiry*. 2015. No 3(1). Pp. 1 – 15. P.3. URL: <http://komejournal.com/files/131.pdf>



Рис. 1.4. Універсум стратегічних комунікацій НАТО, 2019 р. (джерело: ¹⁵)

На завершення наводимо (рис. 1.5) результати наукометричного дослідження, проведеного в січні 2019 р. угорським науковцем проф. Дж. Неметом ¹⁶, здійсненого на основі пошуку англomовних джерел із бази даних академічних ресурсів EBSCO за поєднанням ключових слів «стратегічні комунікації». Отримано близько 100 повнотекстових джерел, які відповідали цьому критерію. Як бачимо, у 2019 р. з цим терміном пов'язано чимало сфер, він став модним мульти- й міждисциплінарним словом.

¹⁵ Bolt N., Haiden L. *Improving natostrategic communicationsterminology* / NATO Strategic Communications Centre of Excellence. Riga, June 2019. 76 p. P. 21. URL: https://stratcomcoe.org/pdfjs/?file=/publications/download/nato_stratcom_terminology_review_10062019.pdf?zoom=page-fit

¹⁶ Nemeth J. L. Defining Strategic Communication: An Almost Impossible Challenge, But Perhaps There Is Still A Solution. *Hadtudomány* (Online), 2021. 31(E szám). Pp. 162 – 172. P. 169. DOI 10.17047/Hadtud.2021.31.E.162

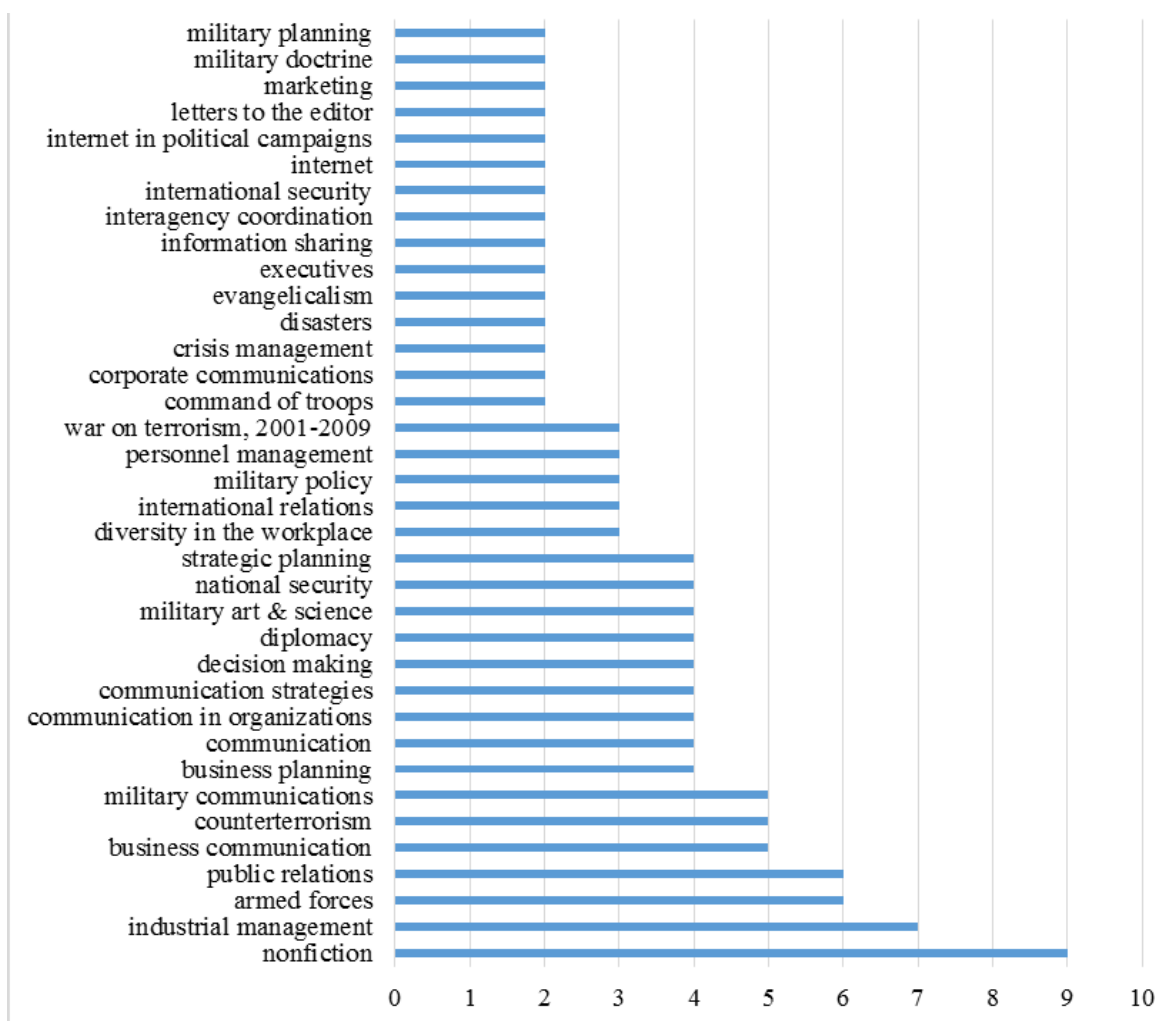


Рис. 1.5. Результати наукометричного пошуку (джерело: ¹⁷)

1. Історичні та теоретичні витоки стратегічних комунікацій

На перший погляд, концепція стратегічної комунікації видається новим поняттям. Однак насправді її появі передували століття розвитку комунікацій. Розглянемо еволюцію концепції в інтерпретації й викладі американського дослідника Янг Чжун Ліма¹⁸.

Витоки стратегічних комунікацій сягають епохи Арістотеля. Загальна теорія комунікації для окремих осіб і груп осіб виникла із суспільної природи людини. У Стародавній Греції комунікацію розглядали як спосіб використання мови для стимулювання громадськості думати й діяти належним чином та ідентифікували як мистецтво риторики. У книзі Арістотеля «Мистецтво риторики» дослідники знаходять корінь теорії комунікації: кожна промова являє собою єдність трьох елементів – оратора, предмета виступу і того, до кого вона звернена, тобто слухача, якого філософ називає кінцевою метою всього,

¹⁷ Nemeth J. L. Defining Strategic Communication: An Almost Impossible Challenge, But Perhaps There Is Still A Solution. *Hadtudomány* (Online), 2021. 31(E szám). Pp. 162 – 172. P. 169. DOI 10.17047/Hadtud.2021.31.E.162

¹⁸ Young Joon Lim. Theorizing Strategic Communication in Parsimony from the U.S. government perspective. *KOME: An International Journal of Pure Communication Inquiry*, 2015. No 3 (1). Pp. 1–15. P.8–11. URL: <http://komejournal.com/files/131.pdf>

або об'єктом промови. Арістотель називає «мовця» творцем, «предмет» – повідомленням, а «слухача» – публікою.

Після Арістотеля в Римській імперії та в Темні століття середньовіччя існували численні еліти, які розвивали комунікацію, але вона не була позначена як форма стратегічної комунікації, поки Папа Григорій XV не створив у 1622 р. новий «папський департамент» – Конгрегацію поширення віри¹⁹. Відтоді терміном «пропаганда» стали позначати зусилля, спрямовані на те, щоб переконати велику кількість людей вірити в християнство й політичним лідерам.

Здавалося, що пропаганда, яка ґрунтувалася на методі переконання, закріпилася як модель комунікації. Однак, пройшовши через сучасні війни, починаючи з Першої світової війни, пропаганда почала асоціюватися з негативною конотацією як інструмент поширення інформації спотвореної, маніпулятивної, оманливої та ірраціональної. Відтак зміст пропаганди стали трактувати так: повідомлення є організованою спробою змінити поведінку, вплинути на переконання та прищепити певну позицію цільовій аудиторії.

Пов'язуючи пропаганду зі стратегічною комунікацією, яка має на озброєнні програми й заходи, свідомо спрямовані на комунікацію та взаємодію з цільовою аудиторією, важко заперечувати, що стратегічна комунікація може скористатися як негативними, так і позитивними сторонами пропагандистського принципу²⁰. Негативні сторони являють собою брехню й обман, потрібні для того, щоб змусити цільову аудиторію повірити в повідомлення, сфабриковане відправником, тоді як друга сторона підкреслює користь обміну інформацією, щоб цільова аудиторія мала можливість отримати більше потрібної інформації. Насправді ця тонка грань між пропагандою та інформаційною взаємодією залежить від того, хто її використовує. Якщо коротко, якщо повідомлення використовує ворог, то це пропаганда.

Пропаганда під часи Другої світової війни. У ці часи нової війни світ став свідком жорстоких пропагандистських змагань. Політичні ідеологічні протистояння між тоталітаризмом і демократією стали в центрі уваги в розпалі цієї війни. Зокрема, вирішивши відігравати провідну роль у війні, уряд США не лише наносив фізичні удари по ворожих державах, але й бомбардував аудиторію цих держав психологічно через використання пропаганди. Не бажаючи використовувати слово «пропаганда», уряд створив дві організації, прямо виключивши це слово із їхніх назв, але включивши до них інформаційну та стратегічну складові частини: Управління військової інформації (Office of War Information, OWI) й Управління стратегічних служб (Office of Strategic Services, OSS). OWI займалося «білою» пропагандою, а OSS – «чорною»²¹.

¹⁹ Taylor P. *Munitions of the Mind: A History of Propaganda from the Ancient World to the Present Era Paperback*. Manchester: Manchester University Press, 1995. 324 p. P. 111.

²⁰ Taylor P. *Munitions of the Mind: A History of Propaganda from the Ancient World to the Present Era Paperback*. Manchester: Manchester University Press, 1995. 324 p. P. 111.

²¹ Taylor P. *Munitions of the Mind: A History of Propaganda from the Ancient World to the Present Era Paperback*. Manchester: Manchester University Press, 1995. 324 p. P. 226.

Інформація, що використовувалася в рамках «чорної» пропаганди, потрібна була для очорнення та демонізації ворога в ході таємних операцій, які супроводжувалися фальшивими джерелами, вигадками й брехнею. «Біла» пропаганда, навпаки, використовувала відкриті джерела інформації та інформувала іноземну й внутрішню аудиторію про те, що уряд США намагається вплинути на них і переконати підтримати його зусилля для перемоги у війні добра проти зла. Щоб досягти перемоги в інформаційно-пропагандистському змаганні, уряд виховував пропагандистів, використовуючи всі можливі засоби масової інформації: плакати, рекламу, листівки, радіо, книги, карикатури, журнали та газети. Усі вони мали на меті розпалити в іноземній аудиторії обурення своїми солдатами й закликати внутрішню аудиторію до прийняття незручностей і жертв в ім'я патріотизму.

Зусилля уряду, спрямовані на перемогу в цьому змаганні, показали, що пропаганду через поширення інформації в ЗМІ на цільову аудиторію можна розуміти як психологічний вплив, який спонукає аудиторію змінити/зберегти ставлення та переконання щодо національних цілей – це в широкому розумінні. У вузькому сенсі комунікація, із погляду надсилання повідомлень для зміни ставлення цільової аудиторії, еквівалентна добре організованій пропаганді. Згідно з теорією символічного інтеракціонізму, коли люди отримують значення певної події через символічне повідомлення, яке передається ЗМІ, то це значення контролює думку й ставлення цих осіб. Насправді, виходячи з визначення та цілей Білого дому, стратегічні комунікації, спрямовані на спілкування й взаємодію з цільовими аудиторіями з метою впливу на їхні переконання та погляди, істотно не відрізняються від пропаганди. Так само, публічна дипломатія, покликана просувати «національні інтереси через вплив на іноземну громадськість і розширення діалогу між американськими громадянами та їхніми колегами за кордоном» (за визначенням Інформаційного агентства США), має спільні елементи з пропагандою. Іншими словами, стратегічні комунікації й публічна дипломатія насправді концептуально збігалися з пропагандою, хоча американський уряд, зрозуміло, від цього відмежовувався.

Період Холодної війни. Завершення Другої світової війни ознаменувало прихід нової епохи – «холодної війни». Напруженість у відносинах між СРСР і США відродила потребу й віру в силу пропаганди. За іронією долі, світ після Другої світової війни прагнув викоринити пропаганду за допомогою «пропаганди денацифікації», спрямованої на знищення мілітаризму та імперіалізму. У світлі зусиль на відбудову зруйнованого війною світу уряд США був змушений витратити мільярди доларів на боротьбу з поширенням комунізму та тоталітаризму.

Війна у В'єтнамі втягнула уряд США у чергову битву пропаганди проти комунізму. Оскільки США стримувалися від використання терміна «пропаганда» на полях битв ще з часів Першої світової війни, країні потрібно було придумати новий метод комунікації для проведення операцій психологічного переконання у В'єтнамі. Президент США Ліндон Б. Джонсон

заявив у травні 1965 р.: «Ми повинні бути готові воювати у В'єтнамі, але остаточна перемога залежатиме від сердець і розуму людей, які насправді живуть там... заради свободи в усьому світі». Із його промови американська армія взяла слова «завоювання сердець і умів» для кампанії під назвою «Завоювання сердець й умів в'єтнамського народу», яка заохочувала до опору «північно-в'єтнамським комуністам і доморощеним повстанцям, в'єтконгівцям». Генерал-майор Ед Ленсдейл, який надавав перевагу словам та музиці, а не зброї для перемоги у війні, організував групу людей, котрі вміли співати й створювати музику на підтримку кампанії та ін. Він сподівався, що населення В'єтнаму вдасться переконати сприймати американських солдатів як друзів, а не як загарбників.

Насправді війна у В'єтнамі виявилася одним із найбільших принижень у військовій історії США, однак дух «Завоювання сердець і умів» був переданий у спадок і дотепер вважається важливою частиною військових операцій.

Перші згадки про стратегічні комунікації можна знайти і в дослідницьких документах US Army College 1966 р.²². Тоді йшлося про стратегічні комунікації в контексті забезпечення стратегічного рівня зв'язку під час масштабних воєнних конфліктів, у т. ч. ядерних.

Ера телебачення. Із появою телебачення, яке стало одним із домінуючих засобів масової інформації в 1950-х і 1960-х рр., політикам, особливо кандидатам у президенти, довелося по-новому пристосовуватися до телевізійних дебатів як форми стратегічної комунікації. Річард Ніксон і Джон Кеннеді належали до першого покоління політичних теледебатів, яке адаптувало свої стратегії дебатів до телевізійного середовища. 26 вересня 1960 р. 70 млн американців налаштувалися на перегляд «перших в історії телевізійних президентських дебатів» між двома кандидатами; програма називалася «Великі дебати». Перед трансляцією дебатів виборці вважали, що Р. Ніксон перемаже Кеннеді з великим відривом, але неорганізована поява Р. Ніксона на телебаченні в погано припасованій сорочці і без макіяжу, що робило його старшим і менш привабливим, ніж опонент, який виглядав упевненим і пристосованим до телебачення, призвела до того, що американці отримали наймолодшого на той час президента – 43-річного. Після виборів виборці зійшлися на думці, що перші теледебати стали вагомою причиною обрання Дж. Кеннеді. Теледебати й результат виборів стали поворотним моментом для тих, хто робив політичну кар'єру. Вони усвідомлювали зростаючу силу телебачення як ЗМІ, більше переймаючись тим, як використовувати телебачення для звернення до виборців, а не для сприяння політичній активності, наприклад мітингам. На телебаченні політики змушені були пристосовувати «свої методи передвиборчої агітації до презентаційних

²² Strock R. D. *Strategic communications and the spectrum of conflict* / US Army War College, Carlisle Barracks, Pennsylvania. 22 April 1966. URL: <https://apps.dtic.mil/sti/pdfs/ADA488153.pdf>

вимог медіа»²³.

Загалом телебачення змінило політичну стратегічну комунікацію. До ери телебачення кандидати найчастіше зосереджувалися на передвиборчих кампаніях, які давали їм можливість висловити свою позицію, думки та переконання з певних питань. Але після «Великих дебатів» кандидати були схильні влаштовувати псевдоподії, щоб телебачення більше висвітлювало їх. Від того часу політичні кампанії стали журналістоцентричними, тобто телевізійні ЗМІ говорили від імені кандидатів, а телевізійні репортери й коментатори, котрі вирішували, що варто висвітлювати в новинах про кандидатів і їхні кампанії, затьмарювали виступи кандидатів. Відтак політики, замість того, щоб заперечувати проти цих явищ, не мали іншого вибору, окрім як відповідати новій ері медіакультури як новій стратегічній формі комунікації. Описані обставини пояснюють теоретики теорії медіавторгнення. Теорія припускає, що медіа «вдираються» в політику й беруть її під свій контроль до такої міри, що політика стає ніби «підірваною». Іншими словами, медіа, зокрема телебачення, набувають здатності контролювати політику.

Висновок. Історично практика стратегічних комунікацій пройшли через процеси переконання цільових аудиторій за допомогою різних комунікаційних інструментів, включаючи ЗМІ. До появи телебачення стратегічні комунікатори використовували особистий діалог, друковані матеріали та радіо. Завдяки телебаченню й інтернету стратегічні комунікатори користуються перевагами швидких і наочних інструментів для інформування та переконання аудиторії. Залежно від того, хто використовує стратегічну комунікацію, люди сприймають її як пропаганду, зв'язки з громадськістю, публічну дипломатію чи просто комунікаційну діяльність²⁴. Однак усе це було тільки цеглинками, із яких і на яких вибудовувалася сучасна концепція стратегічних комунікацій.

2. Зародження сучасної концепції стратегічних комунікацій у США

Стратегічні комунікації як інструмент просування національних інтересів і цілей. Концепція стратегічних комунікацій, як і сам термін «стратегічна комунікація/стратегічні комунікації», не лише зародилася, але й отримала найбільший розвиток у США. При цьому, зауважує Д. Дубов, їхній досвід у цьому питанні є найбільш цікавим і цілісним, США «подолали (та продовжують долати) складний шлях щодо розуміння важливості стратегічних комунікацій і найближче з усіх держав наблизилися до їх ефективного практичного застосування»²⁵.

²³ Owen D. The Debate Challenge: Candidate Strategies in the New Media Age. *Presidential Campaign Discourse: Strategic Communication Problems* / Edited by K. E. Kendall. New York: State University of New York Press, 1995. Pp. 135 – 155. P. 138.

²⁴ Young Joon Lim. Theorizing Strategic Communication in Parsimony from the U.S. government perspective. *KOME: An International Journal of Pure Communication Inquiry*. 2015. No 3 (1). Pp. 1 – 15. P. 8-11. URL: <http://komejournal.com/files/131.pdf>

²⁵ Дубов Д.В. Стратегічні комунікації: проблеми концептуалізації та практичної реалізації. *Стратегічні пріоритети. Серія: Політика*. 2016. №4. С. 9 – 23. С.11. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/sppol_2016_4_4

США розглядають стратегічні комунікації як ключовий інструмент захисту та реалізації власних інтересів, для боротьби з противниками, що загрожують цінностям, які підтримують США. «Вони використовуються для просування демократизації та належного врядування, і були життєво важливими для перемоги у Холодній війні, а в ХХІ столітті ефективно застосовуються проти екстремістських організацій».²⁶

Три урядові відомства США окремо беруть участь у просуванні концепції стратегічних комунікацій, кожен дотримуючись власної політики. Це Міністерство оборони, Державний департамент і Рада національної безпеки Білого дому. Для розробки концепції та використання стратегічних комунікацій вони застосовують тактику публічних оголошень через ЗМІ або засекречення для внутрішнього використання. Усі відомства розглядають стратегічні комунікації як переконливий засіб для інформування, впливу й навчання цільових і навіть нецільових аудиторій. Стратегічні комунікації є основою для уряду, щоб переконати внутрішню та зовнішню аудиторію на користь національних інтересів і безпеки США.²⁷

Що стосується безпосередньо системи оборони, то стратегічні комунікації не є основним видом діяльності цієї системи. Вони важливі, іноді вирішальні, однак головним продуктом оборонних систем є безпека й захищеність. Військові повинні бути готові фізично протистояти загрозі, а не «відговорюватися» від неї. Цей очевидний факт дає змогу зрозуміти виклики, які стоять перед оборонними системами, коли йдеться про визначення пріоритетів в умовах постійно обмежених ресурсів, і дає відповідь на питання, чому адаптація ідеї стратегічних комунікацій ніколи не мала на меті створення нової спроможності. Можливо, це був неправильний підхід, але від самого початку стратегічні комунікації були задумані як процес координації.²⁸

Активізація використання стратегічних комунікацій після 11 вересня 2001 р. Терористичні атаки 11 вересня дали потужний поштовх до більш широкого й повсюдного використання стратегічних комунікацій політичними та військовими лідерами. Д. Дубов стверджує²⁹, що 2001 р. дав початок активної дискусії, а 2002–2004 рр. стали етапом виходу проблематики на системний рівень. У цьому процесі реально важливу роль зіграла Оборонна наукова рада Міністерства оборони США, а також її оперативні групи.

²⁶ Runal Mehta. *Strategic Communication – Definition, Importance and Objectives*. URL: <https://digiaide.com/strategic-communication/>

²⁷ Young Joon Lim. Theorizing Strategic Communication in Parsimony from the U.S. government perspective. *KOME: An International Journal of Pure Communication Inquiry*. 2015. No 3 (1). Pp. 1 – 15. P.8-11. URL: <http://komejournal.com/files/131.pdf>

²⁸ Łyko G. Strategic communication in a changing security environment. *Zagadnienia Społeczne*. 2017. NR 1(7). S. 95 – 110. URL: [http://czasopismo.nwsp.pl/06%20G%C5%81yko%20Komunikacja%20strategiczna%201\(7\)%202017.pdf.pdf](http://czasopismo.nwsp.pl/06%20G%C5%81yko%20Komunikacja%20strategiczna%201(7)%202017.pdf.pdf)

²⁹ Дубов Д. В. Стратегічні комунікації: проблеми концептуалізації та практичної реалізації. *Стратегічні пріоритети. Серія: Політика*. 2016. №4. С.9 – 23. С. 11. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/sppol_2016_4_4

Після терористичних атак, адміністрація Дж. Буша-молодшого почала розвивати три напрями, пов'язані з комунікаціями: інформаційні операції та психологічні операції (ІО й PSYOPS); зв'язки з громадськістю (PR); та оборонна підтримка публічної дипломатії (DSPD). Це зроблено шляхом виділення інтегрованих комунікаційних технологій для використання в реалізації конкретних тактик, операцій та інших елементів національної стратегії в так званій «війні сприйняття» з метою завоювання довіри й, відповідно, свободи дій. Саме тоді поняття «стратегічна комунікація» почало з'являтися в лексиконі людей, пов'язаних із питаннями безпеки та національної оборони³⁰.

Уже в жовтні 2001 р. з'явилася доповідь однієї з груп з проблем «управління поширенням інформації» (Managed Information Dissemination). У доповіді висвітлено питання цілісного поширення інформації, яке за правильних умов дає змогу «створити дипломатичні можливості, зменшити напруженість, що може призвести до війни, допомогти стримати конфлікт і зменшити нетрадиційні загрози національним інтересам»³¹. Підкреслювалося, що стратегічне розповсюдження інформації (тобто стратегічна комунікація) має визначати порядок денний і створювати контекст, який сприяє досягненню політичних, економічних і військових цілей і який чітко спрямований на цільову аудиторію, а повідомлення і продукти мають бути максимально орієнтовані на неї.

У 2002 р. тодішній радник президента США з національної безпеки К. Райз утворила в межах Ради національної безпеки США Координаційний комітет з політики стратегічних комунікацій для «координації міжвідомчої активності та для того, щоб усі агентства працювали разом і з Білим домом для розвитку та поширення президентських меседжів по всьому світу»³².

Термін «стратегічні комунікації» також був використаний у 2002 р. в Пентагоні. Його пов'язують із так званою стратегією GWOT (Global War On Terror – Глобальна війна проти тероризму), яку адміністрація Джорджа Буша-молодшого розпочала одразу після терактів 11 вересня. Представники Пентагону також мали намір створити термін, який кожен працівник сфери комунікації міг би використовувати під час опису процесів інформування та впливу на ключові аудиторії. Водночас це мало на меті об'єднати експертів у

³⁰ Guerrero-Castro, Cristian E. *Strategic Communication for Security & National Defense: Proposal for an Interdisciplinary Approach*. *Connections: The Quarterly Journal*. 2013. Vol. 12, No. 2. Pp. 27-51. <http://connections-qj.org/article/strategic-communication-security-national-defense-proposal-interdisciplinary-approach>.

³¹ *Report of the Defense Science Board Task Force on Managed information dissemination*. <http://www.acq.osd.mil/dsb/reports/ADA396312.pdf>

³² Дубов Д. В. Стратегічні комунікації: проблеми концептуалізації та практичної реалізації. *Стратегічні пріоритети*. Серія: Політика. 2016. №4. С.9 – 23. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/sppol_2016_4_4

різних галузях комунікації³³. «Від самого початку стратегічні комунікації просто мали на меті зібрати за одним столом фахівців зі зв'язків із громадськістю, публічної дипломатії, інформаційних операцій та ін., щоб вони могли незалежно займатися тим, що кожен із них уміє робити, але робити це в умовах гармонії інтересів і з розумінням діяльності один одного».³⁴

Війни нового тисячоліття й стратегічні комунікації. Американські військові планували використати кампанію для війни в Іраку з 2003 р. з більш витонченою оперативною програмою, що отримала назву «психологічні операції» (PSYOP). План полягав у тому, щоб донести до іракських повстанців і громадян повідомлення про те, що якщо вони не нападуть на американських солдатів і надаватимуть допомогу в пошуку зброї масового знищення, то повстанці матимуть свободу, а громадяни будуть винагороджені. Поширення повідомлень здійснювалося за допомогою засобів психологічного впливу, таких як листівки, радіо- й телепередачі, а також більш сучасні засоби – текстові повідомлення на мобільні телефони.

У звіті Робочої групи зі стратегічних комунікацій при Раді з питань науки МО США за 2004 р. указано: «стратегічна комунікація є життєво важливим компонентом національної безпеки США. Вона перебуває в кризі, і її потрібно трансформувати з такою силою, щоб вона відповідала нашій відданості дипломатії, обороні, розвідці, правоохоронним органам і національній безпеці. Президентське лідерство й двопартійна політична воля Конгресу є надзвичайно важливими. Необхідна співпраця між урядом і приватним сектором у безпрецедентному масштабі... Крім того, стратегічні комунікаційні зусилля повинні посилювати ключові теми й повідомлення та постійно оцінюватися відповідно до визначених цілей. Як результат, потрібно вносити корективи й притягувати до відповідальності осіб, відповідальних за реалізацію. Це свідчить про те, що «зусилля» у сфері стратегічних комунікацій є життєво важливим компонентом національної безпеки США»³⁵.

Уже згадувана кампанія «завоювання сердець і умів» дістала продовження. Генерал Стенлі МакКрістал, командувач американськими силами в Афганістані, наголосив на цьому у 2009 р. Він доповів адміністрації Обами, що без сердець та умів людей війна зазнає поразки, заявивши, що якщо афганський народ «розглядатиме нас як окупантів і ворогів, ми не зможемо досягти успіху, й наші втрати різко зростуть»³⁶. Його підхід до кампанії можна концептуально

³³ Németh J. Defining Strategic Communication: An Almost Impossible Challenge, But Perhaps There Is Still A Solution. *Hadtudomány*. 2021. No 31. P. 162 – 172. URL: https://www.mhht.eu/hadtudomany/2021/2021e/N%c3%89METH_Article_redefining.pdf

³⁴ Farwell J. P. *Persuasion and Power. The Art of Strategic Communication*. Washington: Georgetown University Press, DC, 2012. 304 p.

³⁵ Guerrero-Castro, Cristian E. Strategic Communication for Security & National Defense: Proposal for an Interdisciplinary Approach. *Connections: The Quarterly Journal*. 2013. Vol. 12, No. 2. Pp. 27 – 51. URL: <http://connections-qj.org/article/strategic-communication-security-national-defense-proposal-interdisciplinary-approach>.

³⁶ Keck K. U.S. must win Afghan hearts and minds, commander says. *CNN*. September 28, 2009. URL: <https://edition.cnn.com/2009/POLITICS/09/28/afghanistan.obama/index.html>

проаналізувати так: завоювання сердець та розуму афганського цивільного населення приведе американські війська до місць, де ховається Талібан. Тобто принципом завоювання сердець і умів, принаймні для американських збройних сил, є отримання підтримки іноземної аудиторії шляхом її розуміння, інформування, освіти й переконання. Не дивно, що кампанія із завоювання сердець та умів стала одним з основних елементів стратегічної комунікації збройних сил.

Стратегічна комунікація VS стратегічні комунікації. На початковому етапі в американських урядових структурах зазвичай використовувався винятково термін «стратегічна комунікація» (в однині).

Однак уже у 2010 р. Білий дім опублікував Національну рамкову стратегію стратегічних комунікацій («National Framework for Strategic Communication»), автори якої на самому початку підкреслюють, що через багато інтерпретацій (і це призвело до величезної плутанини) термін «стратегічна комунікація / стратегічні комунікації» (в оригіналі – «strategic communication(s)») має бути належно описаний. Далі наводиться визначення: цей термін стосується «(а) синхронізації слів і справ і того, як вони будуть сприйняті обраними аудиторіями, а також (б) програм і заходів, навмисно спрямованих на комунікацію і взаємодію з цільовими аудиторіями, у тому числі тих, що реалізуються фахівцями зі зв'язків з громадськістю, публічної дипломатії та інформаційних операцій»³⁷.

Після багатьох років плутанини у Законі про асигнування на національну оборону (2012) концепція стратегічної комунікації була замінена на стратегічні комунікації, проголосивши: «Комітет продовжує підтримувати інформаційні операції (IO) й стратегічні комунікації (SC) як важливі інструменти протидії ворожим наративам, а також взаємодії зі світовою спільнотою»³⁸.

3. Еволюція концепції стратегічних комунікацій у Європі та світі

Розвиток і впровадження концепції стратегічних комунікацій в європейських країнах потрібно розглянути на двох рівнях – національному та рівні підприємств, організацій.

Термін «стратегічні комунікації» на національному рівні почав використовуватись у військово-політичному лексиконі Європи приблизно в середині 2006 р., однак як цілісна концепція стратегічні комунікації стали важливим безпековим інструментом європейських країн дещо пізніше.

Зупинимось на трьох найбільших країнах Європи.

Велика Британія. Для термінологічного апарату Великої Британії поняття стратегічних комунікацій є досить молодим. Його вперше сформульовано у

³⁷ National Framework for Strategic Communication. Washington: White House Strategic Communications Report to Congress. March 17, 2010. 16 p. P. 4.

³⁸ Guerrero-Castro, Cristian E. Strategic Communication for Security & National Defense: Proposal for an Interdisciplinary Approach. *Connections: The Quarterly Journal*. 2013. Vol. 12, No. 2. Pp. 27 – 51. URL: <http://connections-qj.org/article/strategic-communication-security-national-defense-proposal-interdisciplinary-approach>

2011 р. Радою національної безпеки як «систематичне та скоординоване використання всіх видів комунікації з метою донесення цілей національної безпеки Британії шляхом впливу на поведінкові моделі та сприйняття окремих індивідів, груп і держав»³⁹. До стратегічних комунікацій віднесено «висловлювання, образи та публічні дії», які включають зв'язки з громадськістю, дипломатичні заходи, «м'яку силу», публічну інформацію й інформаційні операції⁴⁰.

Згідно з британським підходом до визначення військово-економічної потуги держави, основними її елементами є дипломатія, економіка та військовий сектор. Що ж стосується інформації (і відповідно стратегічних комунікацій), яку більшість держав також визначають як складник потенціалу країни, Велика Британія розглядає її як механізм реалізації дипломатичних, економічних і військових сфер буття⁴¹. Основним завданням стратегічних комунікацій Великої Британії є забезпечення досягнення стратегічних цілей за допомогою інформаційного потенціалу: комунікації виступають засобом стратегії, яку здійснюють представники уряду країни, створюючи й поширюючи ідеї досягнення політичних цілей у суспільстві. Адже для здійснення ефективного управління та формування суспільної думки потрібно мати доступ та контроль до порядку денного, що його висвітлюють мас-медіа⁴².

І. О. Мінгазутдінов та Г. І. Мінгазутдінова виокремлюють такі особливості здійснення стратегічних комунікацій у Великій Британії⁴³:

1) важливим складником формування суспільної думки у Великій Британії є чіткість і послідовність організації подачі інформації щодо тих чи інших питань внутрішньої політики. Комунікації всередині уряду являють собою собою винятково централізовану систему з чіткою прив'язкою до кабінету прем'єр-міністра та включають систему внутрішнього сповіщення, яка забезпечує єдність висловлювань представників уряду стосовно політичних питань «в один голос»;

2) британський політикум має у своїх руках ефективний засіб донесення інформації до широкого загалу через канали комунікації за допомогою лоббі – ексклюзивного пулу журналістів, рекомендованих своїм керівництвом до виконання таких особливих функцій, які мають особливий доступ до Вестмінстерського палацу, мають можливість брати інтерв'ю в членів

³⁹ Kandrik M. *Comparison of Strategic Communications in United States of America and United Kingdom: Final Seminary Thesis (Master Degree)*. Brno, 2015. 18 p. P. 7.

⁴⁰ *Joint Doctrine Note 1/12. Strategic Communication: the Defense Contribution*. Ministry of Defense: 2012. 67 p. P. 11.

⁴¹ *Joint Doctrine Note 1/12. Strategic Communication: the Defense Contribution*. Ministry of Defense: 2012. 67 p. P.11.

⁴² Мінгазутдінов І. О., Мінгазутдінова Г. І. Стратегічні комунікації європейських країн: Велика Британія, Франція, ФРН. *Стратегічні комунікації в міжнародних відносинах: Монографія*. Київ: Вадекс, 2019. С. 254 – 284. С. 256.

⁴³ Мінгазутдінов І. О., Мінгазутдінова Г. І. Стратегічні комунікації європейських країн: Велика Британія, Франція, ФРН. *Стратегічні комунікації в міжнародних відносинах: монографія*. Київ: Вадекс, 2019. С. 254 – 284. С. 259 – 262.

парламенту й на регулярній основі присутні на брифінгах у штаб-квартирі прем'єр-міністра, отримуючи від прес-секретаря необхідну, на думку представників уряду, інформацію щодо головних політичних подій⁴⁴;

3) важливою складовою частиною функціонування інформаційного та комунікаційного простору Великої Британії є гарантія кібербезпеки, що визначається Стратегією національної безпеки як завдання надзвичайної ваги для боротьби з інформаційними й цифровими загрозами, що вважаються «небезпекою першого ступеня»⁴⁵.

Загалом самі по собі комунікації являють собою важливу частину внутрішньодержавного розвитку Великої Британії, оскільки основним завданням взаємодії держави і суспільства є поліпшення стандартів життя своїх громадян. Формат двосторонньої комунікації виступає принциповим джерелом успішної реалізації внутрішньої політики за рахунок підвищення поінформованості громадян, впливу на поведінкові моделі, забезпечення практичної реалізації практичної діяльності державних служб, підтримки підданих Сполученого Королівства в кризових ситуаціях і роз'яснення рішень, які приймає держава⁴⁶.

Отже, британське керівництво зосереджує під своїм керівництвом засоби забезпечення державної безпеки на інформаційному, економічному та військовому рівнях, здійснює обґрунтування політичних рішень держави для внутрішнього сприйняття⁴⁷ й популяризує діяльність країни в рамках системи міжнародних відносин, що стає можливим за наявності розгалуженої системи стратегічних комунікацій на всіх рівнях державного контролю.

Франція. Стратегічна комунікація – це англосаксонський еквівалент того, що у Франції стратегічною називають «комунікацію впливу». Зазвичай⁴⁸, це – поєднання комунікації, мистецтва діалогу, спрямованого на передачу точного повідомлення (інформації, аргументу, емоції) одержувачу, із низкою прийомів, натхненних маркетингом або менеджментом, з ідеєю гарантування результату.

Традиційно у Франції поняття комунікації впливу несе в собі негативний відтінок, асоціюючись із маніпуляцією. Так, Ф. Балле вважає, що «комунікація стала утилітарною. Відтепер спілкуватися – це вже не просто обмінюватися, установлювати діалог, увічнювати стосунки між людьми, а насправді впливати на інших, щоб щось продати, прищепити ідею або створити образ публічної

⁴⁴ Dunt I. Lobby Matters: Getting Inside Britain's Corridors of Power. *DOI Special Report*. 2014. No 43(3). P. 59 – 62. P. 59.

⁴⁵ *The UK Cyber Security Strategy. Protecting and Promoting the UK in a Digital World*. London: Whitehall, November 2011. 43 p. P. 5.

⁴⁶ *Government Communication Plan 2018/2019. Building a Country that Works for Everyone: a Britain Fit for the Future*. HM Government, 2018. 26 p. P. 2.

⁴⁷ *Government Communication Plan 2018/2019. Building a Country that Works for Everyone: a Britain Fit for the Future*. HM Government, 2018. 26 p. P. 16.

⁴⁸ Mielcarek R. La défense française, en retard dans le domaine de la communication stratégique. *Les Champs de Mars*. 2018/1. N 30. P. 37 – 45. URL: <https://www.cairn-int.info/journal-les-champs-de-mars-2018-1-page-37.htm>

особи чи установи, який схиляє їх до доброзичливості чи уваги»⁴⁹. Для багатьох французьких авторів вплив асоціюється з політичною комунікацією й пов'язаний із ризиком використання антидемократичних методів, які певною мірою позбавляють громадськість свободи прийняття рішень.⁵⁰

Утім, сьогодні стратегічні комунікації визначаються як невід'ємна складова частина зовнішньої політики, національної безпеки та інформаційної політики Французької Республіки. Інструментами стратегічних комунікацій визнано публічну дипломатію, зв'язки з громадськістю й інформаційно-психологічні та контртерористичні операції. У сфері зовнішньої політики Міністерство Європи й закордонних справ Франції активно використовує цифрові технології в усіх її формах (додатки, сайти, соціальні мережі) для впливу на міжнародні відносини. Основні стратегії мережевої комунікації зовнішньополітичного відомства стосуються діалогу з громадянським суспільством (французьким і зарубіжним), установлення зворотного зв'язку France Diplomatie з користувачами дипломатичних послуг, підтримки дипломатичної мережі за допомогою цифрових комунікацій. Публічна дипломатія як складова частина стратегічних комунікацій спрямована також на підтримку політики франкофонії, відомої як програма просування французької культури й мови, а також брендів Франції в контексті зростаючої конкуренції між країнами та регіональними блоками та появи нових суверенних держав. Фактично можна стверджувати: інструментарій стратегічних комунікацій інтенсивно впроваджується у сферу зовнішньої політики й міжнародної взаємодії Французької Республіки.⁵¹

Водночас стратегічні комунікації впливають і на внутрішню політику держави, забезпечуючи зв'язок між державними посадовцями та цільовими аудиторіями. Такі комунікації мають специфічні риси, притаманні французькому політичному інформаційному полю. Насамперед вони зумовлені ступенем державного контролю за інформаційними джерелами, а відтак і тоном та формою подачі політичних меседжів читачам, наповненням порядку денного в політичній сфері щодо інформування загалу й формування певного ставлення французької громадськості до тих чи інших подій і фактів життєдіяльності держави.⁵²

Важливе місце в розвитку та реалізації національних інтересів Франції в міжнародній системі посідає кібербезпека. У забезпеченні інформаційної безпеки держави, як підкреслюється в аналітичних дослідженнях французьких

⁴⁹ Balle F. *Les Médias*. Paris: PUF, 2004. 127 p.

⁵⁰ Mielcarek R. *La défense française, en retard dans le domaine de la communication stratégique. Les Champs de Mars*. 2018/1. N 30. P. 37 – 45. URL: <https://www.cairn-int.info/journal-les-champs-de-mars-2018-1-page-37.htm>

⁵¹ Мінгазутдінов І. О., Мінгазутдінова Г. І. Стратегічні комунікації європейських країн: Велика Британія, Франція, ФРН. *Стратегічні комунікації в міжнародних відносинах*: монографія. Київ: Вадекс, 2019. С. 254 – 284. С. 263 – 266.

⁵² Мінгазутдінов І. О., Мінгазутдінова Г. І. Стратегічні комунікації європейських країн: Велика Британія, Франція, ФРН. *Стратегічні комунікації в міжнародних відносинах*: Монографія. Київ: Вадекс, 2019. С. 254 – 284. С. 266.

фахівців, засадничою є розробка відповідних доктрин, що містять положення про інструменти впливу й противаг. Особливе місце в інформаційній і цифровій безпеці Франції займає «цифровий суверенітет», що полягає в здатності автономно приймати рішення та вдаватися до захисних дій національної безпеки в умовах глобалізації й інформатизації суспільства⁵³.

Стратегічні комунікації в безпековій сфері стосуються подолання сучасних загроз, серед яких поряд із проблемами подолання тероризму особливо виокремлено кібербезпеку. Оскільки кіберзлочинність, інтернет-шпигунство й хакерські атаки на інфраструктурні об'єкти розглядаються як напад на критично важливі сфери життєдіяльності країни. Зокрема, у Міністерстві оборони для зміцнення кібероборонних потужностей, координації дій міністерства в цій сфері створено генеральний директорат із питань кіберзахисту, що сприяло ухваленню у 2014 р. стратегії кібероборони Франції. Серед загроз виокремлюється й інструментарій контртерористичних стратегічних комунікацій, який застосовується для протидії терористичним угрупованням, що через вебсайти здійснюють пропаганду тероризму, психологічні впливи, організацію терористичних мереж, вербування й навчання терористів, пошук інформації, збирання коштів, планування та координацію дій.⁵⁴

Ураховуючи нові виклики, пов'язані з хакерськими атаками й ворожим впливом на громадську думку, французький міністр збройних сил Ф. Парлі оприлюднив на початку 2019 р. новаторську доктрину для наступальних кібероперацій, спрямованих на організацію та роз'яснення захисту французьких інтересів у кіберпросторі. Новим у доктрині стала інтеграція кібероперацій у звичайні військові дії, тобто наступальні операції тепер можуть доповнювати звичайні операції, діючи як мультиплікатор сил, або замінювати їх повністю там, де це доречно.⁵⁵

Німеччина. Подібно як і у Франції, німецький політик досить специфічно будує свою діяльність на концепції стратегічних комунікацій, практично не згадуючи про неї й використовуючи іншу термінологію.

Стратегічні комунікації відіграють значну роль у формуванні суспільної думки з «охопленням точок зору різних політичних кіл», що є характерним для взаємодії медіа та політикуму ФРН. Оскільки німецький уряд формується на основі коаліції двох чи більше політичних партій, канцлер, що репрезентує певну політичну силу, намагається задавати порядок денний засобом масової інформації з позицій власної партії. Відтак стратегічні комунікації мають вирішувати два блоки питань. По-перше, на внутрішньому рівні, формування позиції щодо певної інформації внутрішньо- чи зовнішньополітичного

⁵³ *Strategic Review of Cyber Defense*. SGDSN. February 2018. 14 p. P. 10.

⁵⁴ Мінгазутдінов І. О., Мінгазутдінова Г. І. Стратегічні комунікації європейських країн: Велика Британія, Франція, ФРН. *Стратегічні комунікації в міжнародних відносинах*: Монографія. Київ: Вадекс, 2019. С. 254 – 284. С. 272.

⁵⁵ Мінгазутдінов І. О., Мінгазутдінова Г. І. Стратегічні комунікації європейських країн: Велика Британія, Франція, ФРН. *Стратегічні комунікації в міжнародних відносинах*: Монографія. Київ: Вадекс, 2019. С. 254 – 284. С. 273.

дискурсу країни має витримувати баланс між позицією політичної сили, яку представляє канцлер, і позицією партнерів по коаліції. По-друге, на зовнішньому рівні взаємодія керівництва держави зі ЗМІ і, отже, наповнення інформаційного поля визначається логікою політичної конкуренції (тобто комунікації), використовуються як засіб впливу на дебати всередині системи управління державою⁵⁶. У цьому відношенні німецький політикум і ЗМІ (та, зокрема, політичні журналісти) є двома взаємно проникними та певною мірою взаємозалежними акторами, адже сучасна політична еліта, користуючись допомогою медіа для контакту з аудиторією, урешті-решт, змушена дотримуватися медійної логіки у формулюванні повідомлень стосовно своїх внутрішньо- й зовнішньополітичних рішень. Отже, взаємна адаптивність і залежність ЗМІ та урядових кіл Німеччини пов'язана з необхідністю й прагненням обох сторін поінформувати власну аудиторію та донести відповідний меседж, а також установити зв'язок між політиками й потенційними виборцями⁵⁷.

У Німеччині існує значний пробіл щодо застосування стратегічних комунікацій для спростування недостовірної інформації в умовах інформаційної війни із зовнішнім супротивником⁵⁸. Насамперед немає єдиного національного об'єднання зі стратегічних комунікацій, а неперифікована інформація отримує розголос як у самій Німеччині, так і за кордоном. Тому для успішної боротьби з дезінформацією та розвінчанням недостовірних даних, які створюють загрозу національній безпеці Німеччини, є потреба створити національне агентство зі стратегічних комунікацій, що займатиметься моніторингом й оцінкою потенційно шкідливих і сумнівних сюжетів із залученням до роботи урядових аналітиків, координацією та реагуванням на поширення подібної інформації, поширенням прес-релізів, скликанням прес-конференцій для донесення до широкого загалу достовірної інформації⁵⁹.

Оскільки інформаційна війна є багатомірним, небезпечним і складним явищем, стає практично неможливо на рівні наявних у Німеччині органів, відповідальних за безпеку, здійснювати боротьбу з інформаційними вкиданнями ворожого змісту. Зокрема, це стосується боротьби з російською пропагандою. Зауважимо, що ця проблема стосується не лише Німеччини. Відповідні групи стратегічних комунікацій зараз функціонують лише на наднаціональних рівнях, тоді як на державному рівні в країнах Європи

⁵⁶ Pfetsch B. *Government News Management – Strategic Communication in Comparative Perspective*. Berlin: Science Center Berlin for Social Research, 1999. 42 p. P. 19.

⁵⁷ Albæk E., van Dalen A., de Vreese C., Jebriil N. *Political Journalism in Comparative Perspective*. Cambridge: Cambridge University Press, 2014. 248 p. P.55 – 56.

⁵⁸ Мінгазутдінов І. О., Мінгазутдінова Г. І. Стратегічні комунікації європейських країн: Велика Британія, Франція, ФРН. *Стратегічні комунікації в міжнародних відносинах*: монографія. Київ: Вадекс, 2019. С. 254 – 284. С. 276.

⁵⁹ Janda J. The Lisa Case. STRATCOM Lessons for European States. *Security Policy Working Paper*. 2016. No. 11. P. 1 – 4. P. 2.

стратегічні комунікації успішно застосовують лише п'ять країн: Велика Британія, Латвія, Естонія, Литва та Швеція⁶⁰.

Безпекове поле сучасної Німеччини зараз є доволі непередбачуваним і вразливим до новітніх тенденцій зовнішнього впливу. Розвиток інформаційних технологій зробив державу, її економіку й громадян надзвичайно нестійкими перед потенційними загрозами не лише інформаційної війни, а й кібератак. Відтак виникає необхідність відповідно реагувати на розвиток загроз для національної та інформаційної безпеки. Особливо небезпечним у технологічному відношенні є розмаїття цифрових загроз – від відносно звичних комп'ютерних вірусів до багаторівневих атак, які важко розпізнавати для швидкого запобігання («таргетованих кібератак»)⁶¹.

Тож інформаційний і кіберпростір є для Німеччини, як і світу, став стратегічно важливою сферою міжнародної діяльності, особливість якої полягає передусім у необмежених можливостях реалізації планів донесення інформаційних посилів, управління суспільною думкою, і важливість цих чинників продовжує зростати⁶². Забезпечення безпеки та захист інформації, а також цифрових технологій від зовнішнього впливу вважається конструктором державної ваги, уведення якого в дію можливе лише за рахунок чіткої й постійної взаємодії відповідних владних структур. У випадку Німеччини захист цифрової інфраструктури сформульовано в Стратегії цифрової безпеки, розробленій Федеральним міністерством внутрішніх справ.⁶³

Отже, питання інформаційної безпеки для Німеччини та Європи загалом стало вагомим викликом для розбудови стратегічних комунікацій і посилення безпекових заходів у суспільстві, вразливого до зовнішнього проникнення через глобалізацію та інформатизацію сучасного світу.

Стратегічні комунікації рівня підприємства/організації. Що стосується бізнесових стратегічних комунікацій, то тут підходи в порівнянні зі США істотно відрізняються через їхню глобальну локалізацію. У США зазвичай стратегічні комунікації є результатом злиття добре розвинених зв'язків із громадськістю та реклами⁶⁴. У Європі стратегічні комунікації ототожнюються з інтегрованими комунікаціями⁶⁵. Тут традиційно управлінські рішення являють

⁶⁰ 2018 Ranking of Countermeasures by the EU28 to the Kremlin's Subversion Operations. Kremlin Watch Report: 2018. 98 p. P. 1.

⁶¹ Мінгазутдінов І. О., Мінгазутдінова Г. І. Стратегічні комунікації європейських країн: Велика Британія, Франція, ФРН. *Стратегічні комунікації в міжнародних відносинах*: монографія. Київ: Вадекс, 2019. С. 254 – 284. С. 279.

⁶² White Paper 2016 on German Security and the Future of the Bundeswehr. The Federal Government, 2016. 143 p. P. 37.

⁶³ Мінгазутдінов І. О., Мінгазутдінова Г. І. Стратегічні комунікації європейських країн: Велика Британія, Франція, ФРН. *Стратегічні комунікації в міжнародних відносинах*: монографія. Київ: Вадекс, 2019. С. 254 – 284. С. 280.

⁶⁴ Holtzhausen D. R., Zerfass A. Strategic Communication Opportunities and Challenges of the Research Area. *The Routledge Handbook of Strategic Communication*. Routledge, 2014. Pp. 3 – 17. P. 3.

⁶⁵ Verhoevena P., Zerfassb A., Tench R. Strategic Orientation of Communication Professionals in Europe. *International Journal of Strategic Communication*. 2011. Vol. 5. Issue 2. Pp. 95 – 117. P. 96.

собою комплексні комунікаційні програми на всіх рівнях контактів організації з громадськістю. Пояснення досить просте⁶⁶. Під впливом зовнішніх чинників організація комунікацій як усередині, так і ззовні, потребує постійного коригування. Інформаційний вибух призвів до неможливості повноцінного опрацювання всієї потрібної інформації, тому значна частина її екранується й відсіюється. У цих умовах логічним стає рішення надсилати єдине повідомлення всіма каналами комунікації. І тому односпрямована й неефективна масова комунікація в Європі була замінена на інтегровану комунікацію. Цей новий тип комунікації вимагає прийняття нової стратегії, підпорядкованої глобальній стратегії організації.

4. Стратегічні комунікації в інших впливових (провідних) країнах світу

Усвідомлення того, що стратегічні комунікації є життєво важливим інструментом для національної держави, який підтримує національну стратегію, спрямований на досягнення й захист політико-стратегічних цілей і національних інтересів, та передусім, на підтримку миру, стало очевидним у всьому світі. Концепція стратегічних комунікацій поряд із дипломатією, інформацією, збройними силами й економікою стала розглядатися як повноцінний елемент національної могутності й обов'язковий елемент національної політики.

Однак кожна країна, з огляду на особливості її історичного, культурного, економічного розвитку, по-своєму розуміє та реалізує стратегічні комунікації в межах власної зовнішньої й внутрішньої політики. Розглянемо деякі цікаві приклади країн світу.

Російська Федерація. Росія є однією з держав, яка «засвоїла деякі важкі уроки, пов'язані зі стратегічними комунікаціями... Після демонтажу радянських урядових структур із розпадом Радянського Союзу в 1991 р. російський уряд намагався впоратися з труднощами забезпечення прозорості влади, пов'язаними з переходом до уряду, схожого на західні демократичні держави»⁶⁷. За влучним висловом Натана Д. Гіноса, те, що маємо в РФ, є своєрідною сек'юризациєю російських стратегічних комунікацій.

Російський історик Є. Пашенцев⁶⁸ означає стратегічну комунікацію як проєкцію державою певних життєво важливих і довгострокових цінностей, інтересів і цілей у свідомість внутрішньої та зовнішньої аудиторії. Ця проєкція

⁶⁶ Tănăsescu D., Lupu M.-M., Petrescu M. Comunicarea integrată. Târgoviște: Bibliotheca, 2014. 245 p. P. 29.

⁶⁷ Ginos N. D. *The Securitization of Russian Strategic Communication* / School of Advanced Military Studies US Army Command and General Staff College Fort Leavenworth. Kansas, 2010. 47 p. P. ii. URL: <https://apps.dtic.mil/sti/pdfs/ADA536578.pdf>

⁶⁸ Pashentsev E. Strategic Communication in EU-Russia Relations. *Strategic Communication in EU-Russia Relations: Tensions, Challenges and Opportunities* / E. Pashentsev (ed.), Cham: Palgrave Macmillan, 2020. Pp. 17 – 60. P. 19. URL: https://www.academia.edu/40959010/Strategic_Communication_in_EU_Russia_Relations_Strategic_Communication_in_EU_Russia_Relations_Tensions_Challenges_and_Opportunities_Ed_Evgeny_Pashentsev_Cham_Palgrave_Macmillan_2020.

здійснюється шляхом відповідної синхронізації різнопланової діяльності в усіх сферах суспільного життя, зазвичай, за професійної комунікаційної підтримки. На думку науковця, саме така синхронізація в РФ сьогодні відбувається. Вона відображає динаміку унікального національного симбіозу старого й нового, локального та загальноприйнятого в управлінських формах і методах впливу на суспільну свідомість. Однак, як указує Є. Пашенцев, РФ схильна використовувати інші терміни: «стратегія розвитку інформаційного суспільства», «доктрина інформаційної безпеки РФ» та «державна інформаційна політика» й ін. Однак це не виключає використання стратегічної комунікації, яка імпліцитно закладена в ці терміни.

Відступаючи від терміна «стратегічні комунікації», російська військова думка натомість застосовує комунікаційний зміст «м'якої сили» до термінів «інформаційна безпека» та «інформаційна війна». Найбільша розбіжність між російськими й західними авторами полягає в тому, що в російському розумінні ці форми стратегічної комунікації використовуються в постійній боротьбі за домінування та контроль над усіма інформаційними просторами. Отже, Росія оголошує перманентний стан війни в інформаційній сфері. Тим самим стратегічна комунікація РФ відображає «м'яку силу» держави, безпосередньо пов'язану з питаннями її національної безпеки, і має на меті використання комунікаційних засобів для досягнення поставлених національних інтересів. Іншими словами, вона є інструментом політичної та безпекової реалізації національних інтересів. У контексті сучасних конфліктів вона є вираженням гібридних дій у сфері інформації, медіа, інтернету й публічної дипломатії. Глобалізація сприяла зловживанню використанням ЗМІ в геополітичних цілях, а виробництво та управління медіаконтентом відіграє значну роль у сучасних гібридних війнах. Найпоширенішою формою зловживань у ЗМІ є маніпуляції з метою підвищення політичної напруженості й мобілізації громадськості на підтримку військового втручання. Загалом, функція стратегічних комунікацій РФ полягає у використанні пропаганди для впливу на власну та іноземну громадську думку. Її основною метою є зміщення фокусу ставлення громадськості до культурних цінностей і, як наслідок, коригування політичної системи через «перепрограмування» політичної культури відповідно до поставлених цілей.⁶⁹

На думку росіян, сучасний рівень розвитку засобів впливу на інформацію дає їм змогу виконувати стратегічні завдання⁷⁰. Перемога в інформаційному протиборстві приводить до досягнення стратегічних і політичних цілей та розгрому збройних сил противника, окупації його території, знищення його економічного потенціалу, розвалу його політичної системи⁷¹. Точніше,

⁶⁹ Mitrović M. Russian strategic communication-endless information warfare. *Security Science Journal*. 2022. Vol. 3. No. 2. Pp. 29 – 54. P. 28. URL: <https://www.securityscience.edu.rs/index.php/journal-security-science/issue/view/6>

⁷⁰ Чекинов С. Г., Богданов С. А. Прогнозирование характера и содержания войн будущего: проблемы и суждения. *Военная мысль*. 2015. No 10. С. 41 – 49.

⁷¹ Слипченко В. Информационный ресурс и информационное противоборство. *Армейский сборник*. 2003. No. 10, С. 52 – 57.

інформаційна війна в усіх сферах (соціальной, політичній, медійній) впливає на масову свідомість опонентів, що в деяких випадках може повністю замінити застосування збройних сил⁷². РФ дуже активна в ставленні до зовнішнього населення, інших збройних сил та органів влади. У своїй діяльності вона застосовує низку комунікаційних і підривних інструментів, заснованих на детермінантах стратегічної комунікації⁷³. Впливаючи на масову свідомість, населення спрямовують на підтримку агресора, що діє всупереч своїм інтересам⁷⁴.

На думку М. Мітровича⁷⁵, РФ підходить до стратегічних комунікацій ґрунтовно, комплексно й планомірно, із довгостроковим прогнозуванням своїх інтересів, через розробку низки стратегічних документів, а також розвиток організаційних підрозділів. Сучасні ЗМІ, особливо інтернет, були виділені як потенційно найбільша загроза внутрішній інформаційній безпеці російської держави. Держава розглядається як монолітна єдність народу й керівництва, і ця ідилічна ситуація підривається «зловмисними та шкідливими західними технологіями», покликаними порушити наявну ситуацію (монолітність). Незаперечним є той факт, що ЗМІ, особливо інтернет, відіграють значну роль в організації та ініціації мас. Але вони переоцінюються як причини змін, а саме: вони є каналами комунікації та виходом невдоволення, яке держава раніше не знала або не хотіла вирішувати через внутрішній соціальний діалог. Інформаційна війна – це наступальний підхід до реалізації російських національних інтересів. Вона розглядається як тотальне протистояння в соціально-психологічній інформаційній сфері, де нульова толерантність до іншої або критичної думки визнається нападком.

Ураховуючи зростаюче значення інформаційного та техніко-технологічного розвитку, а також геополітичну турбулентність на світовій арені, дослідник робить висновок⁷⁶: боротьба в інформаційній сфері в найближчий період набиратиме обертів. У зв'язку з прагненням Росії до встановлення багатополлярності та контролю над сферами своїх інтересів можна очікувати розвитку інформаційних війн й інформаційної безпеки. У сферах російських інтересів можна очікувати інтенсивних дій спонсорованих

⁷² Картаполов А.В. Уроки военных конфликтов, перспективы развития средств и способов их ведения. Прямые и косвенные действия в современных международных конфликтах. *Вестник Академии военных наук*. 2015. No. 2, С. 28 – 29.

⁷³ Mitrović M. Russian strategic communication-endless information warfare. *Security Science Journal*. 2022. Vol. 3. No. 2. Pp. 28 – 54. P. 30. URL: <https://www.securityscience.edu.rs/index.php/journal-security-science/issue/view/6>

⁷⁴ Кулешов Ю. Е., Жутдиев Б. Б., Федоров Д. А. Информационно-психологическое противоборство в современных условиях: теория и практика. *Вестник Академии военных наук*. 2014. No. 1. С. 104 – 110. С. 106.

⁷⁵ Mitrović M. Russian strategic communication-endless information warfare. *Security Science Journal*. 2022. Vol. 3. No. 2. Pp. 28 – 54. P. 47. URL: <https://www.securityscience.edu.rs/index.php/journal-security-science/issue/view/6>

⁷⁶ Mitrović M. Russian strategic communication-endless information warfare. *Security Science Journal*. 2022. Vol. 3. No. 2. Pp. 28 – 54. P. 48. URL: <https://www.securityscience.edu.rs/index.php/journal-security-science/issue/view/6>

організацій та політичних партій, які, за підтримки ЗМІ й соціальних мереж будуть утверджувати дезінформацію, теорії змови та інші інструменти впливу на громадську думку. Для досягнення повного ефекту такий перформанс синхронізується з інтенсивною діяльністю публічної дипломатії, із яскраво вираженим російським «доброзичливим» впливом у середовищі, у якому вона працює. Розвертаючи громадську думку в бік російських інтересів, можна досягти такого ефекту, коли будь-яка критична дія щодо Росії сприймається оброблюваною громадськістю як негативний вплив на неї саму. Відтак оброблене іноземне населення мобілізується на захист інтересів Росії. Усвідомлення того, що Росії оголошено постійну інформаційну війну, має сприяти формуванню загальних відносин із цією геополітичною силою.

КНР. У 2011 р. була опублікована перша китайська книга зі стратегічних комунікацій під назвою «Основи стратегічної комунікації». Книга була видана спільно двома видавництвами в Пекіні двома видавництвами в Пекіні: видавництвом Китайської академії управління та Центральним видавництвом упорядкування й перекладу Press. Її високо оцінили генерали Лю Юнчжи і Чжан Сюсань, а також головний політичний коментатор телеканалу «Phonex TV» Руан Цішань. Вони написали передмови до книги⁷⁷.

Термін «стратегічні комунікації» досить часто трапляється в політичному лексиконі державних лідерів Китаю. Дж. Немет стверджує⁷⁸, що стратегічні комунікації практикувалися в багатьох аспектах уже в 2013 р. Китайська практика стратегічних комунікацій включає стратегічне планування, лідерство та прийняття рішень, внутрішні й зовнішні комунікації, інтегровані маркетингові комунікації, КСВ-комунікації (корпоративні соціально-відповідальні комунікації), етичні принципи та стратегію інтернаціоналізації.

В. Бебик акцентує⁷⁹ на особливій ролі у здійсненні інформаційної політики КНР за кордоном ЦК КПК загалом і, зокрема, Міжнародного відділу ЦК КПК, який співпрацює з лідерами громадської думки – колишніми й майбутніми, а також ЗМІ. Науковець зауважує, що існує системна координація діяльності Державної ради КНР, МЗС КНР, ЦК КПК і МДБ КНР, які планують та узгоджують свою діяльність щодо захисту національного інформаційного простору Китаю й активної інформаційно-впливової роботи за кордоном, забезпечуючи інформаційну підтримку глобального лідерства КНР у сучасному

⁷⁷ Pashentsev E. Strategic Communication in EU-Russia Relations. *Strategic Communication in EU-Russia Relations: Tensions, Challenges and Opportunities* / E. Pashentsev (ed.), Cham: Palgrave Macmillan, 2020. Pp. 17 – 60. P. 18. URL: https://www.academia.edu/40959010/Strategic_Communication_in_EU_Russia_Relations_Strategic_Communication_in_EU_Russia_Relations_Tensions_Challenges_and_Opportunities_Ed_Evgeny_Pashentsev_Cham_Palgrave_Macmillan_2020.

⁷⁸ Nemeth J. L. Defining Strategic Communication: An Almost Impossible Challenge, But Perhaps There Is Still A Solution. *Hadtudomány* (Online), 2021. 31(E szám). Pp. 162 – 172. P. 165. DOI 10.17047/Hadtud.2021.31.E.162

⁷⁹ Бебик В. М. Стратегічні комунікації КНР: зовнішньополітичні, економічні та безпекові аспекти. *Стратегічні комунікації в міжнародних відносинах: монографія* / В. М. Бебик, С. І. Копійка, Є. А. Макаренко та ін. Київ: Вадекс, 2019. 442 с. С.285 – 315.

міжнародному середовищі.

Турецька Республіка. На стратегічні комунікації країни значний вплив має концепція неоосманізму. Як зазначає О. Аулін⁸⁰, її впровадження в стратегічні комунікації Анкари зазвичай пов'язують з особистістю вихідця з наукового середовища А. Давутоглу, який певний час обіймав вищі міністерські й партійні пости. У своїй книзі «Стратегічна глибина. Міжнародне становище Туреччини» А. Давутоглу виклав п'ять основних принципів політики стратегічних комунікацій Турецької Республіки: 1) баланс між свободою й безпекою; 2) проведення політики «нульових проблем із сусідами»; 3) попереджуюча мирна дипломатія; 4) прихильність до багатовекторної зовнішньої політики; 5) «ритмічна дипломатія», яка прагне забезпечити Туреччині активнішу роль у міжнародних відносинах. Туреччина тут виступає як активний учасник процесу створення глобального порядку в культурному, економічному, політичному сенсі. Дотримання вказаних принципів, на думку турецьких політиків, є своєрідним «гарантом» лідерства країни на розширеному постоттоманському просторі.

З погляду реальних дій і наслідків цей «неоосманський» підхід пов'язаний з побудовою нової «національної ідентичності» й переведенням її в зовнішню політику з використанням історичних, культурних і релігійних зв'язків Туреччини з колишніми османськими територіями. Особливостями такого курсу є зосередженість винятково на власних національних (передусім економічних) інтересах, пан-ісламська, ісламістська і пантюркістська риторика, а також особлива увага до світової периферії в контексті розширення / відновлення інтеграційної бази. Звідси випливає висока динаміка політичних зусиль Туреччини в близькосхідних, балканських і причорноморських (включаючи Кавказ) справах, дещо менший інтерес (за умов відсутності серйозних криз) до Центральної й Південно-Східної Азії. Стратегічна комунікація з країнами Заходу часто здійснюється в реактивному режимі: «дія з боку ЄС і/або США – протидія ТР». З Іраном, Росією, Саудівською Аравією та іншими монархіями Перської Затоки створюються ситуативні союзи, або формуються наближені до них за формою двосторонні відносини⁸¹.

5. Міжнародні організації і стратегічні комунікації

НАТО. Альянс розпочав формувати власну концепцію стратегічних комунікацій у 2009 р., коли зіткнувся з необхідністю адаптувати свою стратегію до вимог сучасної оперативної ситуації. Як пише польський дослідник Г. Новацький⁸², причиною розробки концепції стала слабка здатність сил НАТО

⁸⁰ Аулін О. А. Політичний активізм в ісламі як важливий чинник стратегічних комунікацій з мусульманськими країнами. *Вчені записки Університету «КРОК»*. 2020. № 3 (59). С. 16 – 23. С. 21. URL: <https://snku.krok.edu.ua/index.php/vcheni-zapiski-universitetu-krok/article/view/308>

⁸¹ Аулін О. Специфіка стратегічних комунікацій туреччини на постоттоманському просторі (1992 – 2020 рр.). *Науковий вісник Чернівецького університету імені Юрія Федьковича: Історія*. 2020. № 1. С. 78 – 86. С. 84.

⁸² Nowacki G. Komunikacja strategiczna w erze społeczeństwa informacyjnego. *Nierówności Społeczne a Wzrost Gospodarczy*. 2019. Nr 58. S. 16 – 34. S. 31. URL:

здобувати підтримку серед афганського населення в очікуваному обсязі й в узгоджені терміни. Концепція спрямована на те, щоб аудиторія отримувала чітку, достовірну та актуальну інформацію про дії й тлумачення повідомлень Альянсу та щоб аудиторія не піддавалася винятково впливу протилежної сторони.

Традиційна структура НАТО вимагає вищих рівнів для санкціонування передачі інформації, що вповільнює потенційну швидкість передачі даних. Тому перед такою ієрархічною структурою НАТО стояло завдання знайти баланс між командною та інформаційною структурами, якщо вона хоче адаптуватися до вимог нового оперативного середовища. Більше того, у зв'язку з новим глобальним інформаційним середовищем також постала необхідність злагодженої співпраці цивільних і військових установ, що переважно зумовлено революцією в галузі інформаційних технологій.

Концепція повинна була допомогти зробити НАТО більш впливовою організацією, яка формує ставлення до неї та поведінку аудиторії більш гнучко й послідовно, набагато швидше, використовуючи всі наявні форми комунікації. Мета стратегічної комунікації може бути досягнута, якщо вона здійснюватиме їх швидко та послідовно. Це збільшує шанси організації вплинути на свідомість цільової групи⁸³.

НАТО не просто прийняла концепцію стратегічних комунікацій, яка фактично покликана координувати всі форми й функції інформаційно-комунікаційної діяльності Альянсу. У цьому процесі активна роль відводилася країнам-членам, які повинні були підтримати та розвивати концепцію стратегічних комунікацій у своїх нормативних документах. Крім того, НАТО внесла зміни в термінологію й командні структури для досягнення мети стратегічних комунікацій.

Щодо базового терміна, то НАТО використало «стратегічні комунікації» з двох причин. По-перше, тому що це один із можливих термінів, прийнятних для всіх членів НАТО. По-друге, стратегічні комунікації вже використовувалися в Сполучених Штатах, тому його прийняття в НАТО було прагматичним. Утім, НАТО запропонувало країнам-членам визначити свою термінологію стратегічних комунікацій у своїх доктринальних документах⁸⁴.

В основоположному документі «Політика НАТО в галузі стратегічних комунікацій» (2009) стратегічні комунікації визначаються як «скоординоване й належне використання комунікаційної діяльності та можливостей НАТО,

<https://repozytorium.ur.edu.pl/server/api/core/bitstreams/fa28b7a2-e74b-4cdf-ac23-c852247595b4/content>

⁸³ Nowacki G. Komunikacja strategiczna w erze społeczeństwa informacyjnego. *Nierówności Społeczne a Wzrost Gospodarczy*. 2019. Nr 58. S. 16 – 34. S. 31. URL: <https://repozytorium.ur.edu.pl/server/api/core/bitstreams/fa28b7a2-e74b-4cdf-ac23-c852247595b4/content>

⁸⁴ Nowacki G. Komunikacja strategiczna w erze społeczeństwa informacyjnego. *Nierówności Społeczne a Wzrost Gospodarczy*. 2019. Nr 58. S. 16 – 34. S. 32. URL: <https://repozytorium.ur.edu.pl/server/api/core/bitstreams/fa28b7a2-e74b-4cdf-ac23-c852247595b4/content>

публічної дипломатії, зв'язків із громадськістю, військових зв'язків із громадськістю, інформаційних операцій і психологічних операцій, залежно від обставин, на підтримку політики, операцій та діяльності Альянсу й з метою досягнення цілей НАТО»⁸⁵. «Важливо підкреслити, що стратегічні комунікації – це передусім процес, який підтримує та підкріплює всі зусилля, спрямовані на досягнення цілей Альянсу; засіб, який спрямовує й інформує наші рішення, а не організація сама по собі. Саме тому міркування щодо стратегічних комунікацій мають бути інтегровані на початкових етапах планування, а комунікаційна діяльність є наслідком цього планування»⁸⁶.

Оана Лунджеску, прес-секретар НАТО, зазначала, що «НАТО має дуже чітке визначення в «Політиці стратегічних комунікацій» (2009), яке є коротким, простим і зрозумілим. У ньому чітко зазначено, що стратегічні комунікації – це функція координації, а не спроможність чи бюрократія. Я вважаю, що нам важливо про це пам'ятати. Зрештою, стратегічні комунікації – це сукупність того, що ми робимо скоординовано в усіх п'яти дисциплінах: публічна дипломатія, зв'язки з громадськістю, як військові, так і цивільні, психологічні операції та інформаційні операції. І я думаю, що дуже важливо, щоб ми не пішли шляхом розділення цивільних і військових комунікацій»⁸⁷.

Із погляду втілення концепції в життя важливу роль відіграла «Військова концепція стратегічних комунікацій НАТО»⁸⁸, представлена у 2010 р. командуванням ОЗС НАТО з питань трансформації (Allied Command Transformation). У ній ідеться про те, що стратегічні комунікації повинні бути невід'ємною частиною планування й проведення всіх військових операцій і заходів. Потрібно поставити стратегічні комунікації в центр усіх рівнів військової політики, планування та виконання, а потім вони, як повністю інтегрована частина загальних дій, повинні забезпечити розробку практичної ефективної стратегії, яка робить реальний внесок в успіх.

Запропоноване 2009 р. визначення стратегічних комунікацій змістовно еволюціонувало у 2019 р., розширивши свої складові частини за рахунок включення питань, характерних для неурядової та бізнес-сфери. Необхідність розширення сфер інтересів стратегічних комунікацій у НАТО продиктована постійними й динамічними змінами в інформаційному середовищі, а також зростанням рівня залежності соціальної та політичної сфер від систем обміну даними, які гарантують щоденну циркуляцію інформації в глобальному масштабі. Із врахуванням цього НАТО тепер ідентифікує стратегічні

⁸⁵ PO(2009)0141 NATO Strategic Communications Policy. September 14, 2009. Brussels: NATO, 2009. 7 p. URL: <https://info.publicintelligence.net/NATO-STRATCOM-Policy.pdf>

⁸⁶ *Strategic communication*. URL: https://military-history.fandom.com/wiki/Strategic_communication

⁸⁷ Łyko G. Strategic communication in a changing security environment. *Zagadnienia Społeczne*. 2017. NR 1(7). S. 95 – 110. S. 106. URL: [http://czasopismo.nwsp.pl/06%20G%C5%81yko%20Komunikacja%20strategiczna%201\(7\)%202017.pdf](http://czasopismo.nwsp.pl/06%20G%C5%81yko%20Komunikacja%20strategiczna%201(7)%202017.pdf)

⁸⁸ MCM-0085-2010 Military concept for NATO strategic communications. July 27, 2010. 15 p. URL: <https://publicintelligence.net/nato-stratcom-concept/>

комунікації як цілісний підхід до комунікації, заснований на цінностях та інтересах, що охоплює всю діяльність суб'єкта для досягнення намічених цілей у конкурентному середовищі⁸⁹.

Якщо узагальнити розвиток концепції стратегічних комунікацій, то в системі НАТО поняття «стратегічні комунікації» пройшло три етапи⁹⁰:

1) стратегічні комунікації = зв'язки з громадськістю (англ. *Public Affairs*) – функція проактивного керівництва відносинами громадянського суспільства з органами влади. Цей підхід притаманний певним національним інституціям, але не є загальним стандартом НАТО;

2) стратегічні комунікації – це битва наративів (вчорашній підхід НАТО);

3) стратегічні комунікації – це не зв'язки з громадськістю, а інтегрована форма системних дій в інформаційному просторі (сучасний підхід НАТО).

Під час різноманітних заходів НАТО з питань стратегічних комунікацій наголошено на таких основних засадах / принципах⁹¹:

1) стратегічні комунікації не потрібно розглядати як:

– догму, що має сприйматися й виконуватися слово в слово;

– технологію, що приховує або затуманює правду;

– метод деструктивного впливу на людей;

2) незмінними принципами стратегічних комунікацій є кероване лідерство, відповідальність, діалогічність, єдність зусиль, досвідченість, усебічність, результативність, безперервність, проактивність, достовірність, делегування повноважень, креативність;

3) формулу стратегічних комунікацій можна записати так:

$$\text{Стратегічні комунікації} = \frac{\text{Що ми можемо говорити і чого не можемо} \cdot \text{Що ми можемо робити й чого не можемо}}{\text{Місце та час}}$$

ЄС. Європейський політикум переконаний, що стратегічні комунікації є важливим інструментом досягнення загальних цілей політики спільноти, а також розв'язання ключових проблем зовнішньої та безпекової політики ЄС. Потужний імпульс стратегічні комунікації отримали в останнє десятиліття у зв'язку з необхідністю протидії різним кризовим чинникам як усередині ЄС, так і за його межами. Значення стратегічних комунікацій зростає в контексті деструктивних інформаційних впливів із боку інших суб'єктів міжнародного

⁸⁹ Gawęcka, J. A. Komunikacja strategiczna. Vademecum Bezpieczeństwa Informacyjnego / O. Wasiuta, R. Klepka (red.). T. 1. AT Wydawnictwo–Wydawnictwo Libron, 2019. S. 726 – 731. S. 731. URL: <https://depot.ceon.pl/handle/123456789/19685>

⁹⁰ *Стратегічні комунікації для безпекових і державних інституцій*: практ. посіб. / Л. Компанцева, О. Заруба, С. Череватий, О. Акульшин. Київ: ТОВ «ВІСТКА», 2022. 278 с. С. 14. URL: http://fes.kiev.ua/n/cms/fileadmin/upload2/Book_28-06-2022_web-3.pdf

⁹¹ *Стратегічні комунікації для безпекових і державних інституцій*: практ. посіб. / Л. Компанцева, О. Заруба, С. Череватий, О. Акульшин. Київ: ТОВ «ВІСТКА», 2022. 278 с. С. 15. URL: http://fes.kiev.ua/n/cms/fileadmin/upload2/Book_28-06-2022_web-3.pdf

політичного простору, спрямованих на дестабілізацію партнерського діалогу держав-членів, розмивання європейської ідентичності та цілісності інформаційного середовища.

Водночас стратегічні комунікації розглядаються як один з інноваційних засобів діяльності наднаціональних інститутів ЄС за трьома напрямками забезпечення: зовнішньої й безпекової політики ЄС; міжнародної взаємодії у форматі стратегічного партнерства з провідними міжнародними акторами; забезпечення регіонального співробітництва з європейськими країнами.

Із діяльнісного погляду стратегічні комунікації передбачають як усередині, так і за межами ЄС: інвестиції в громадську дипломатію для контактів між громадянами; інформування партнерів про власну політику; оперативне спростування дезінформації, забезпечення відкритості і вимогливості медійного середовища.

ЄС розглядає стратегічні комунікації як важливий засіб протидії гібридним загрозам, спрямованим на підриг демократичних цінностей і свобод сучасних держав, використання їхніх слабких сторін у цілях третіх суб'єктів. У цьому контексті ЄС активно співпрацює з НАТО на засадах відкритості й автономності прийняття рішень кожною організацією.

Відповідно до цього, в 2015 р. ЄС створив East StratCom Task Force – робочу групу зі стратегічних комунікацій, яка готує матеріали, що пояснюють політику ЄС у Білорусі, Молдові та Україні, колишніх радянських республіках Закавказзя. Однак основна діяльність групи пов'язана з протидією антизахідній російській пропаганді. Для протидії радикалізації в арабському світі створено міжвідомчу групу Arab StratCom Task Force, котра працює над зміцненням діалогу й поваги між європейською та арабською спільнотами, бере участь в інформаційно-просвітницьких заходах і програмах підтримки журналістів та блогерів.

У реалізації заходів стратегічних комунікацій вагомою є роль «Плану дій зі стратегічних комунікацій»⁹². Його розроблено та представлено в червні 2015 р. у співпраці з наднаціональними інституціями ЄС і державами-членами. У документі окреслено координаційні та моніторингові заходи щодо питань, пов'язаних зі Східним партнерством та за його межами, а також зусиллями ЄС щодо підтримки свободи засобів масової інформації й зміцнення спільного медіасередовища.

Загальні цілі, які покладено в основу заходами Плану дій, такі: 1) ефективна комунікація та просування політики й цінностей ЄС; 2) посилення медіасередовища, уключаючи підтримку незалежних медіа; 3) підвищення обізнаності громадськості щодо дезінформаційної діяльності зовнішніми суб'єктами та можливостей ЄС реагувати на таку діяльність; 4) ефективне

⁹² *Action Plan on Strategic Communication. European External Action Service. June 2015. 5 p. URL: https://www.eeas.europa.eu/sites/default/files/action_plan_on_strategic_communication.docx_eeas_web.pdf*

спілкування із ширшою громадськістю – зосередитися на розробці позитивних й ефективних повідомлень про політику ЄС щодо регіону.

Ключові сфери для дії Плану:

– збільшити стратегічну комунікацію ЄС через створення стартап-команд із внесками інститутів ЄС;

– робота з партнерами та розвиток мереж комунікаторів задля посилення впливу й ефективності заходів;

– комунікаційні заходи, програми та проєкти зі Східного партнерства, які фінансуються ЄС;

– підтримка свободи ЗМІ й свободи вираження поглядів;

– розбудова потенціалу для журналістів і медіадіячів;

– підтримка плюралізму в російському медіапросторі;

– взаємодія з громадянським суспільством;

– підвищення обізнаності, розвиток критичного мислення та просування медіаграмотності;

– посилення співпраці з регуляторних питань у державах-членах ЄС.

ООН. У діяльності ООН також використовується напрям стратегічних комунікацій. Стратегічні комунікації цієї міжнародної організації відрізняються від простого передавання інформації тим, що вони прагнуть змінити не лише переконання, а й поведінку громадськості. Перехід від інформування до стратегічних комунікацій в ООН є відносно новим напрямом її комунікаційної діяльності.

На початку 2000-х років Департамент громадської інформації ООН почав переорієнтовувати свій підхід, створивши насамперед Відділ стратегічних комунікацій, щоб «комунікації були в центрі стратегічного управління Організації Об'єднаних Націй»⁹³. Незважаючи на прогрес у кількох сферах, ця переорієнтація не призвела до «послідовної, систематичної стратегії» комунікацій⁹⁴. Лише 2020 р. ООН розробила свою першу глобальну комунікаційну стратегію, що збіглося з перейменуванням Департаменту громадської інформації на Департамент глобальних комунікацій. Як виразилися представники ООН, комунікаційна стратегія 2020 р. являє собою культурний зсув для Організації»⁹⁵. Мета полягає в тому, щоб сприяти «культурі комунікацій і прозорості», яка «пронизує всі рівні Організації як засіб повного інформування

⁹³ UN General Assembly, Reorientation of United Nations Activities in the Field of Public Information and Communications—Report of the Secretary-General, UN Doc. A/AC.198/2003/2, March 7. 2003. Para. 17. URL: <https://digitallibrary.un.org/record/491349>

⁹⁴ UN Economic and Social Council, Evaluation of the Department of Public Information – Report of the Office of Internal Oversight Services, UN Doc. E/AC.51/2019/2. February 22. 2019. P. 8. URL: <https://oios.un.org/reports-governing-bodies#2019>

⁹⁵ Strategic Communications in UN Peace Operations: From an Afterthought to an Operational Necessity. URL: <https://www.ipinst.org/wp-content/uploads/2021/08/IPI-RPT-Strategic-Communications.pdf>

народів світу про цілі та діяльність Організації Об'єднаних Націй»⁹⁶.

Ще один важливий напрям діяльності ООН – це миротворчі операції. Вони також визнають стратегічні комунікації важливими для виконання своїх мандатів та управління очікуваннями щодо того, чого вони можуть і чого не можуть досягти. Хоча застосування стратегічних комунікацій у миротворчих операціях ООН не є чимось новим, однак воно набуло особливого значення через зміни в моделях насильства і в технологічному ландшафті. Застосування військової сили в миротворчих операціях виявилось недостатньо. Для встановлення миру й стабільності миротворчі операції ООН прагнуть поєднати «м'яку» та «жорстку» сили. Місії ООН почали переходити від кризових комунікацій і більш класичних засобів інформування громадськості ХХ ст. до більш сучасного підходу стратегічних комунікацій, що ґрунтується на сегментованому таргетуванні аудиторії, регулярному використанні цифрових, соціальних та інших нових медіа, а також традиційних форм інформаційно-пропагандистської роботи. У таких умовах щоб миротворча діяльність ООН мала успіх у виконанні завдань і місій, покладених на неї Радою Безпеки, потрібен стратегічний підхід.

Зсув у бік стратегічних комунікацій у миротворчих операціях ООН простежуємо від середини 2000-х років. У контексті миротворчих операцій стратегічні комунікації – це здатність «пояснити ключовим зацікавленим сторонам і клієнтам на національному, регіональному та міжнародному рівнях, що місія має робити і як вона це робитиме» (мандат, концепцію операцій тощо). Миротворчі операції – це політичні втручання, які в кінцевому підсумку покладаються на розбудову й підтримку довіри та доброї волі різних зацікавлених сторін через поєднання залучення громадськості, політичної участі та інформаційної роботи. Стратегічні комунікації відіграють центральну роль у всіх цих сферах. Вони мають вирішальне значення для виконання місіями своїх мандатів, як прямо, так і опосередковано. Вони можуть безпосередньо сприяти виконанню мандатів миротворчих операцій, допомагаючи просувати мир і зменшувати ризик конфліктів та насильства проти цивільного населення, у тому числі шляхом стримування деструктивних сил, розсіювання дезінформації й надання чіткої, точної та заспокійливої інформації під час кризових ситуацій. Вони також можуть опосередковано сприяти виконанню мандату завдяки кращому позиціонуванню й брендингу місії та підвищенню її обізнаності в ситуації. І навпаки, збої в комунікації мають реальні оперативні та програмні ризики й наслідки⁹⁷.

⁹⁶ United Nations, Reforms by Newly Named Department of Global Communication Aim at Outreach 'for Impact,' Under-Secretary-General Tells Committee on Information. April 29. 2019. URL: <https://press.un.org/en/2019/pi2256.doc.htm>

⁹⁷ *Strategic Communications in UN Peace Operations: From an Afterthought to an Operational Necessity*. URL: <https://www.ipinst.org/wp-content/uploads/2021/08/IPI-RPT-Strategic-Communications.pdf>

6. Стратегічні комунікації на рівні корпорацій та організацій

У вступній частині маємо низку різноманітних прикладів використання стратегічних комунікацій у різних сферах суспільного життя. Цей перелік можна було б продовжувати. Однак, на нашу думку, доречніше звернутися до узагальнень.

Організовані комунікаційні програми в організаціях. У випадку бізнесових і різноманітних небізнесових організацій стратегічні комунікації – це «вид комунікації, який уключає порядок денний і генеральний план відповідно до поведінкових уподобань цільових аудиторій для виконання місії організації. Зв'язки з громадськістю, масова комунікація, бренд-комунікація, зв'язки зі ЗМІ, внутрішня комунікація та корпоративна комунікація є частинами стратегічної комунікації»⁹⁸.

Уже на початку ХХ ст. практично всі корпорації й більшість неприбуткових організацій у США, Європейському Союзі, Австралії, Новій Зеландії та Південній Африці організували офіційні комунікаційні програми. Глибину й ширину організованих комунікаційних програм корпорацій, а фактично – стратегічних комунікацій, добре ілюструють результати двох досліджень, які проведені ще в 90-х роках ХХ ст. і які подаються в⁹⁹:

1) 1992 р. американська асоціація найбільших корпорацій країни Conference Board повідомила, що серед 157 великих корпорацій (700 опитаних) 60 % працювали на посадах виконавчих директорів, віцепрезидентів і вище. Така ж сама частка респондентів виконувала функції, котрі просто називаються «комунікаціями» (плюс ще 20 % – на посадах, які поєднували комунікації із суміжними видами діяльності). Близько половини з них підпорядковувалися найвищому керівництву своїх організацій, а понад половина відповідали за зовнішні та внутрішні комунікації. Близько 80 % займалися зв'язками зі ЗМІ, написанням промов і відносинами з працівниками, тоді як 60 % наглядали за корпоративною рекламою, зв'язками з громадськістю й креативними послугами. Понад третина керувала відносинами з акціонерами та аналітиками, а четверта частина займалася стосунками з інвесторами й зв'язками з громадськістю / політичними відносинами.

2) 1999 р. дослідники з Університету Санкт-Галлена у Швейцарії провели аналогічне опитування серед 60 найвідоміших корпорацій Європи, серед яких – Allianz, DaimlerChrysler, Nestle і Nokia. Усі компанії мали відділи комунікацій, очолювані директорами з комунікацій; із них дві третини підпорядковувалися безпосередньо генеральному директору. Найбільшу увагу в корпораціях звертали на: зв'язки зі ЗМІ та внутрішні комунікації (100 %), спонсорство (96 %), моніторинг ЗМІ (83 %), зв'язки з громадськістю/лобіювання (75 %),

⁹⁸ Mehta R. *Strategic Communication – Definition, Importance and Objectives*. URL: <https://digiaide.com/strategic-communication/>

⁹⁹ Hallahan K., Holtzhausen D.R., van Ruler B., Verčič D., Sriramesh K. *Defining Strategic Communication*. *International Journal of Strategic Communication*. 2007. No 1. P. 3 – 35. P. 9 – 10. URL:

https://www.researchgate.net/publication/241730557_Defining_Strategic_Communication

управління подіями (75 %), корпоративний маркетинг (71%), зв'язки з інвесторами (67 %) і маркетинг продукту (33 %). У середньому кожен відділ був активний у семи з цих практик.

Однак із початку ХХІ ст. концепція стратегічних комунікацій стала ще більш популярною серед практиків. Усі типи організацій, включаючи організації приватного та державного секторів, політичні партії, неурядові організації й громадські рухи, використовують стратегічні комунікації для досягнення своїх цілей.

Стратегічна комунікація розглядає комунікаційні практики з цілісної перспективи. Досі термін «стратегічна комунікація» був синонімом усіх видів цілеспрямованої комунікації, включаючи й маркетингову комунікацію та зв'язки з громадськістю. Зараз стратегічні комунікації стають щораз актуальнішими «для всіх типів організацій у сучасних суспільствах, де в центрі уваги – довіра, легітимність, криза й нові способи взаємодії (міжособистісні, а також парасоціальні та медіатизовані)»¹⁰⁰, а фахівці-практики використовують цей термін повсюдно, коли говорять про свою організаційну функцію або практику.

Основна стратегічна ідея полягає в тому, що фахівці з комунікацій повинні узгоджувати комунікаційні цілі із загальними цілями й стратегією організації, щоб отримати більший вплив і статус для комунікацій та професії. Це є природним розширенням і розвитком традиційних комунікаційних кампаній та різних запланованих комунікацій, які переважно мають тактичні цілі, такі як зміна ставлення, знань або поведінки цільових груп¹⁰¹. Це розуміння стратегічної комунікації відповідає найпоширенішому визначенню: цілеспрямоване використання комунікації організацією для виконання своєї місії¹⁰². Крім того, стратегічна комунікація ґрунтується на усвідомленні фундаментальної важливості комунікації для існування та діяльності організації¹⁰³. Отже, комунікація – це не лише інструмент для поширення інформації чи спілкування між людьми. Комунікація – це засіб, за допомогою якого створюються й відтворюються організації, оскільки організації не є стабільними конструкціями¹⁰⁴.

¹⁰⁰ Falkheimer J., Heide M. Introduction: the emergent field of strategic communication. *Research Handbook on Strategic Communication* / J. Falkheimer, M. Heide (eds.). Edward Elgar Publishing. 2022. Pp.1 – 12. P. 1. URL: https://www.elgaronline.com/edcollchap/book/9781800379893/book-part-9781800379893-5.xml?tab_body=pdf-copy1

¹⁰¹ Windahl S., Signitzer B. *Using communication theory: An introduction to planned communication*. London: Sage, 2009. 312 p.

¹⁰² Hallahan K., Holtzhausen D., van Ruler B., Verčič D., Sriramesh K. Defining strategic communication. *International Journal of Strategic Communication*. 2007. No 1(1). Pp. 3 – 35.

¹⁰³ Heide M., Simonsson C., von Platen S., Falkheimer J. Expanding the scope of strategic communication: Towards a holistic understanding of organizational complexity. *International Journal of Strategic Communication*, 2018. No 12(4). Pp. 452 – 468.

¹⁰⁴ MacKay B., Chia R., Nair A.K. Strategy-in-practices: A process philosophical approach to understanding strategy emergence and organizational outcomes. *Human Relations*. 2020. No 74(9). Pp. 1337 – 1369.

Практика стратегічних комунікацій є дуже широкою та не може бути пов'язана лише з однією організаційною функцією, хоча ця функція може відігравати важливу роль. Стратегічна комунікація – це не функція, а процес, який є конститутивним для організацій і виконується багатьма суб'єктами – як керівниками, так і співробітниками¹⁰⁵.

Як певна форма перспективи, ідеї стратегічної комунікації зосереджуються на позитивному внеску стратегічних комунікацій в організації та суспільство, підкреслюючи такі цінності, як залучення, прозорість, уміння слухати й адаптація¹⁰⁶.

Підсумовуючи, можемо сказати, що нинішнє суспільство – це суспільство постмодерну. У ньому люди та організації мають доступ до більшого обсягу інформації, ніж раніше; вони відчувають більшу невизначеність, тут легітимність постійно піддається сумніву в мінливому ландшафті цифрових медіа. Це також суспільство, яке визначається соціальною поляризацією й зростанням напруженості між різними системами норм, а також глобалізацією та транскордонними переміщеннями. У цьому суспільстві стратегічні комунікації розглядаються як інструмент або спосіб мислення, що допомагає організаціям адаптуватися до цього нового порядку¹⁰⁷.

7. Визначення стратегічних комунікацій

Особливості аналізу стратегічних комунікацій. Усе вищезазначене свідчить про те, що стратегічні комунікації стали складовою частиною сучасної суспільної діяльності, яка, як зазначають науковці та практики, перебуває в процесі активного становлення й розвитку. Незрілість явища сприяє його недостатній визначеності та подекуди нечіткому розумінню.

Один зі шляхів розвитку – намагання сформулювати універсальне визначення стратегічних комунікацій. Однак, як пишуть автор дослідження¹⁰⁸, «пошук спільного визначення часто більше заважав, ніж допомагав стратегічним комунікаціям. Дійсно, ідеально гнучкий та адаптивний характер стратегічних комунікацій означає, що жодне визначення не буде достатнім».

¹⁰⁵ Falkheimer J., Heide M. Introduction: the emergent field of strategic communication. *Research Handbook on Strategic Communication* / J. Falkheimer, M. Heide (eds.). Edward Elgar Publishing. 2022. Pp.1 – 12. P. 3. URL: https://www.elgaronline.com/edcollchap/book/9781800379893/book-part-9781800379893-5.xml?tab_body=pdf-copy1

¹⁰⁶ Falkheimer J., Heide M. Introduction: the emergent field of strategic communication. *Research Handbook on Strategic Communication* / J. Falkheimer, M. (eds.). Edward Elgar Publishing. 2022. Pp. 1 – 12. P. 3. URL: https://www.elgaronline.com/edcollchap/book/9781800379893/book-part-9781800379893-5.xml?tab_body=pdf-copy1

¹⁰⁷ Falkheimer J., Heide M. Introduction: the emergent field of strategic communication. *Research Handbook on Strategic Communication* / J. Falkheimer, M. Heide (eds.). Edward Elgar Publishing. 2022. Pp.1 – 12. P. 4. URL: https://www.elgaronline.com/edcollchap/book/9781800379893/book-part-9781800379893-5.xml?tab_body=pdf-copy1

¹⁰⁸ Cornish P., Lindley-French J., Yorke C. *Strategic Communications and National Strategy*. A Chatham House Report September 2011, London: Chatham House, 2011. 42 p. P. 3. URL: <https://www.chathamhouse.org/sites/default/files/r0911stratcomms.pdf>

За таких умов, намагаючись глибше зрозуміти сутності концепції, вважаємо за доцільне далі дотримуватися такої схеми аналізу: 1) скласти перелік найбільш популярних визначень; 2) виявити їх спільні характеристики й на цій основі сформулювати загальні принципи, на яких вони будуються.

Визначення стратегічних комунікацій. Отже, на підставі доступних нам документів і наукових статей складено підбірку визначень. Зазначимо, що для кожного визначення вказано його особливості за трьома критеріями: рівень комунікації/узагальнення, сфера використання, різновид і фокус уваги.

- «Словник військових та пов'язаних термінів» (Міністерства оборони США):

*«цілеспрямовані зусилля уряду Сполучених Штатів, спрямовані на розуміння та залучення ключових аудиторій для створення, зміцнення або збереження умов, сприятливих для просування інтересів, політики та цілей уряду Сполучених Штатів через використання скоординованих програм, планів, тем, меседжів та продуктів, синхронізованих із діями всіх інструментів національної влади»*¹⁰⁹ (акцент: рівень макро/країни; сфера воєнно-політична; як властивість/здатність – усі зусилля мають бути спрямовані на досягнення цілей і просування інтегрованих національних інтересів);

- Крістофер Пол (доктор філософії, соціолог, який працює в RAND Corporation з офісу в Піттсбурзі, США):

*«координовані дії, меседжі, зображення та інші форми сигналів або участі, призначені інформувати, впливати чи переконувати цільові аудиторії (selected audiences) на підтримку національних цілей»*¹¹⁰ (акцент: рівень макро/країни; сфера воєнно-політична; як властивість/здатність – стратегічні комунікації є лише підтримкою, хоча й важливою, національної стратегії, а не її невід'ємний елемент);

- Джеймс Фарвел (автор відомої книги «Переконання та сила: мистецтво стратегічних комунікацій»):

*«використання слів, дій, зображень чи символів для впливу на поведінку й думки цільової аудиторії для формування їхньої поведінки з метою просування інтересів чи політики або для досягнення поставлених цілей»*¹¹¹ (акцент: рівень макро/країни; сфера воєнно-політична; як властивість/здатність – символічні впливи на цільову аудиторію для досягнення визначених цілей);

- базове визначення НАТО в документі «Політика НАТО в галузі стратегічних комунікацій» (2009):

¹⁰⁹ Department of Defense Dictionary of Military and Associated Terms / Joint Publication 1-02ж 8 November 2010 (As Amended Through 15 February 2016). 482 p. P. 226. URL: https://irp.fas.org/doddir/dod/jp1_02.pdf

¹¹⁰ Paul C. *Strategic Communication: origins, concept, and current debates*. PRAEGER, 2011. 240 p. P. 3.

¹¹¹ Farwell J. P. *Persuasion and Power. The Art of Strategic Communication*. Washington: Georgetown University Press, DC, 2012. 304 p.

«скоординоване й належне використання комунікаційної діяльності та можливостей НАТО, публічної дипломатії, зв'язків із громадськістю, військових зв'язків із громадськістю, інформаційних операцій і психологічних операцій, залежно від обставин, на підтримку політики, операцій і діяльності Альянсу та з метою досягнення цілей НАТО»¹¹² (акцент: рівень макро/НАТО; сфера воєнно-політична; як процес – сукупність скоординованих різноманітних дій, спрямований на досягнення цілей НАТО);

- Звіт Робочої групи зі стратегічних комунікацій при Раді з питань оборонної науки (2008):

«інтегрований процес, який уключає розробку, упровадження, оцінку та еволюцію публічних дій і повідомлень на підтримку політики, інтересів і довгострокових цілей»¹¹³ (акцент: рівень макро/країни; сфера воєнно-політична; як властивість/здатність – спрямовує й контролює решту видів діяльності);

- Світовий банк

«підхід, орієнтований на зацікавлені сторони або клієнтів, що сприяє добровільним змінам у знаннях, ставленні та поведінці людей для досягнення цілей розвитку»¹¹⁴ (акцент: рівень макро/країна-світ; сфера гуманітарна; як властивість /здатність – соціальні зміни, пов'язані з цілями розвитку);

- Системний коледж персоналу ООН:

«стратегічна комунікація передбачає розробку програм, спрямованих на клієнтоорієнтований підхід, він передбачає розробку програм, покликаних впливати на добровільну поведінку цільових аудиторій (та акторів) для досягнення управлінських цілей»¹¹⁵ (акцент: рівень невизначений/загальний; сфера універсальна; як процес – інструмент для здійснення цілеспрямованої гуманітарної діяльності);

- Стів Тейтем (бойовий командир, спеціаліст з інформаційних операцій, науковець):

«систематична серія послідовних й узгоджених заходів, що проводяться на стратегічному, оперативному та тактичному рівнях, які дають змогу зрозуміти цільові аудиторії й визначити ефективні канали для просування й підтримки певних типів поведінки»¹¹⁶ (акцент: рівень невизначений/загальний; сфера універсальна; як процес – узгоджені заходи, спрямовані на зміну поведінки цільової аудиторії);

¹¹² PO(2009)0141 NATO Strategic Communications Policy. September 14, 2009. Brussels: NATO, 2009. 7 p. URL: <https://info.publicintelligence.net/NATO-STRATCOM-Policy.pdf>

¹¹³ *Report of the Defense Science Board Task Force on Strategic Communication*, Washington D.C., January 2008. P. 13.

¹¹⁴ Cabañero-Verzosa C., Garcia H. R. *Building Commitment to Reform through Strategic Communication. The Five Key Decisions*. Washington: The World Bank, 2009. P. 5. URL: <https://elibrary.worldbank.org/doi/abs/10.1596/978-0-8213-7621-8>

¹¹⁵ Klaverweide D. M. *Strategic Communication and the United Nations Millennium Development Goals / University of Twente*. January 2006. 115 p. P. 4.

¹¹⁶ Tatham S. *Strategic Communications: A Primer. ARAG Special Series*. 2008. No 8/28, 7. Shrivenham: Defence Academy of the UK, 2008. URL: https://www.files.ethz.ch/isn/94411/2008_Dec.pdf

- спеціалізований часопис «Міжнародний журнал стратегічних комунікацій»:

«цілеспрямоване використання комунікації організацією для виконання своєї місії»¹¹⁷ (акцент: рівень невизначений/загальний; сфера універсальна; як властивість /здатність);

- Джозеф Немет, угорський науковець:

«цілісне мислення, у якому домінуючим фактором є свідомий обмін інформацією, за допомогою якого ми можемо переконувати, впливати або інформувати обрані аудиторії, щоб досягти змін у їхній поведінці у вигідний для нас спосіб»¹¹⁸ (акцент: рівень невизначений/загальний; сфера універсальна; як властивість/здатність – спосіб мислення впливати на цільову аудиторію в потрібному напрямі).

Аналіз визначення стратегічних комунікацій НАТО. Для прикладу більш детально розглянемо, як тлумачать науковці RAND Europe визначення стратегічних комунікацій НАТО¹¹⁹.

Насамперед указано, що комунікація, коли вона обговорюється в контексті стратегічних комунікацій, стосується всіх слів і дій, які сприймаються й інтерпретуються аудиторією, а не лише пов'язаних зі ЗМІ.

Стратегічні комунікації охоплюють різні аудиторії, причому не тільки цільові: національне населення та іноземне населення, у тому числі союзників і ворогів. Як зауважують автори дослідження, стратегічні комунікації були розроблені частково як відповідь на нове середовище, у якому передаються величезні обсяги інформації, миттєвий доступ до котрих може отримати практично будь-хто. У такому середовищі комунікації важко контролювати, тому вони часто можуть досягати як супутніх, так і цільових аудиторій (див. рис. 1.6).

¹¹⁷ Hallahan K., Holtzhausen D. R., van Ruler B., Verčič D., Sriramesh K. Defining Strategic Communication. *International Journal of Strategic Communication*, 2007. No 1, P. 3 – 35. P. 6 – 9. URL: https://www.researchgate.net/publication/241730557_Defining_Strategic_Communication

¹¹⁸ Nemeth J. L. Defining Strategic Communication: An Almost Impossible Challenge, But Perhaps There Is Still A Solution. *Hadtudomány* (Online), 2021. 31(E szám). Pp. 162 – 172. P. 170. DOI 10.17047/Hadtud.2021.31.E.162

¹¹⁹ Reding A., Weed K., Ghez J. *NATO's Strategic Communications concept and its relevance for France* / RAND Europe. 2010. 63 p. Pp. 7 – 9. URL: https://www.rand.org/content/dam/rand/pubs/technical_reports/2010/RAND_TR855.2.pdf

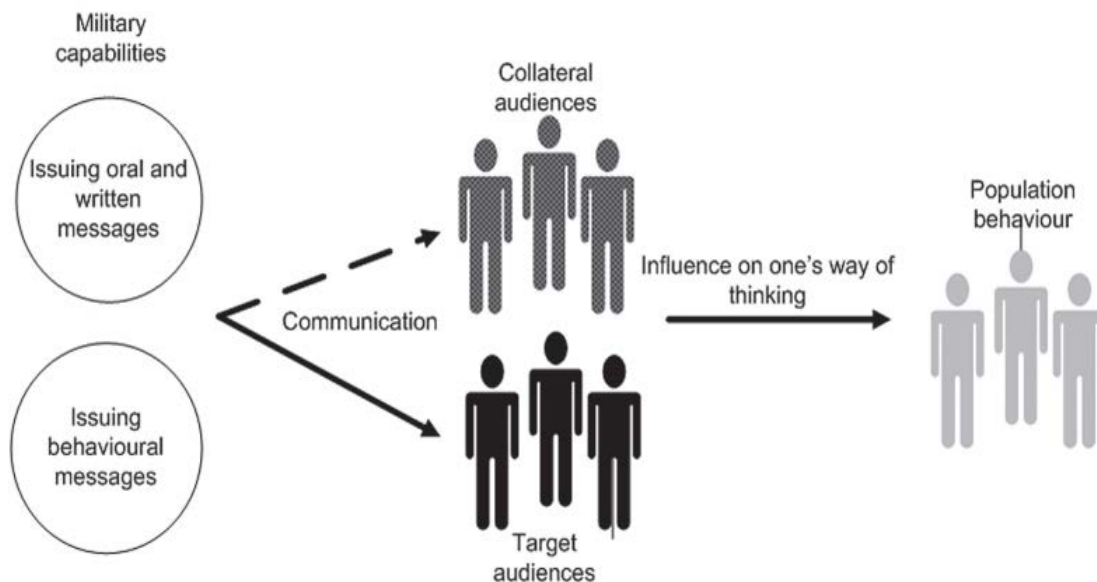


Рис. 1.6. Цільові та супутні аудиторії стратегічних комунікацій (джерело: ¹²⁰)

Також потрібно звернути увагу на те, що стратегічні комунікації – це міжвідомча й міжурядова концепція. На практиці визначення стосується військових можливостей інформаційних операцій, психологічних операцій і військових зв'язків із громадськістю, а також цивільної діяльності публічної дипломатії та зв'язків із громадськістю.

І нарешті, із визначення очевидно, що стратегічні комунікації застосовуються до всіх наявних інформаційно-комунікаційних можливостей. Це процес, який не намагається створювати нові компетенції, а більш ефективно використовує можливості, що вже існують, із метою посилення їх стратегічного впливу.

Із погляду сутності стратегічних комунікацій, це визначення трактує поняття «стратегічні комунікації» як процес, а не як опис здатності/набору можливостей.

Два погляди на сутність стратегічних комунікацій. Навряд чи знайдеться визначення, яке дасть змогу отримати повноцінне уявлення про стратегічні комунікації. На подібну думку можна натрапити в дослідженнях багатьох фахівців зі стратегічних комунікацій. Обґрунтування просте: будь-яке визначення є спрощеною моделлю означуваного явища, яка виражає лише найважливіші, на думку авторів, визначення, властивості / ознаки цього явища. Звідси випливає необхідність на підставі наведених матеріалів відтворити хоча б тільки в загальних рисах сучасне бачення концепції стратегічних комунікацій.

Передусім, під концепцією стратегічних комунікацій деякої інституції розуміємо систему поглядів, розуміння й тлумачення цільових установок,

¹²⁰ Reding A., Weed K., Ghez J. *NATO's Strategic Communications concept and its relevance for France* / RAND Europe. 2010.

принципів і напрямів щодо створення та впровадження системи стратегічних комунікацій у діяльності цієї інституції.

У 2006 р. під час свого виступу в м. Києві відомий американський дослідник Ф. Фукуяма сказав: «...завжди трохи важко зрозуміти таку концепцію: а) яка не має узгодженого визначення; б) яку надзвичайно важко вимірювати»¹²¹. Тому як експериментальний варіант розглядатимемо концепцію стратегічних комунікацій як деяку двоєдину сутність. З одного боку, поглянемо на стратегічні комунікації як на здатність/набір можливостей (capability) а, з іншого – як на комунікаційний процес.

Указані терміни для позначення аспектів розгляду, запозичені нами в статті польського дослідника Г. Лико¹²², де їх використано як бінарний критерій для класифікації визначень стратегічних комунікацій.

Змістовно перший аспект нашого розгляду дуже близький до тлумачення поняття «стратегічна комунікація» (в однині), тоді як другий – до тлумачення поняття «стратегічні комунікації» (у множині). Зауважимо, що розрізнення цих понять завжди викликало певні труднощі у військових доктринах та дискусіях. Ми виходимо з розуміння цього поняття в однині та множині науковцями з Академії оборони Великої Британії¹²³: стратегічна комунікація (однина) – це парадигма, яка визнає, що інформація й сприйняття впливають на поведінку цільової аудиторії та відповідна діяльність повинна бути відкалібрована з урахуванням ефектів першого, другого й третього порядків; тоді як стратегічні комунікації (множина) – це процеси та послідовність подання інформації для ретельно підібраних цільових аудиторій. В іншій статті Стів Татем повторно підтверджує таке бачення: «комунікації... слід розглядати в набагато більш фундаментальній манері, ніж просто процес. “Інформаційний ефект” має перебувати в самому епіцентрі командування, і всі дії повинні бути відкалібровані з урахуванням цього ефекту... Це і є власне стратегічна комунікація (комунікація в однині – абстрактний іменник), тоді як фактичний процес комунікації (який уключає аналіз цільової аудиторії, оцінку каналів, вимірювання ефекту й т.ін.) – це стратегічні комунікації (у множині)» (цит. за¹²⁴).

До речі ще 2009 р. у Звіті Міністерства оборони США про стратегічні комунікації йшлося про так зване «емерджентне мислення», яке розглядається

¹²¹ Кузьменко В. *Соціальний капітал суспільства Френсіса Фукуяма у створенні та розвитку НІС* / Інститут еволюційної економіки. URL: <http://iee.org.ua/ru/publication/77/>

¹²² Łyko G. Strategic communication in a changing security environment. *Zagadnienia Społeczne*. 2017. Nr 1(7). S. 95 – 110. URL: [http://czasopismo.nwsp.pl/06%20G%C5%81yko%20Komunikacja%20strategiczna%201\(7\)%202017.pdf.pdf](http://czasopismo.nwsp.pl/06%20G%C5%81yko%20Komunikacja%20strategiczna%201(7)%202017.pdf.pdf)

¹²³ Rowland L., Tatham S. *Strategic Communication & Influence Operations: Do We Really Get It?* / Defence Academy of the UK. July 2010. 13 p. P. 6. URL: https://www.files.ethz.ch/isn/119385/2010_08.pdf

¹²⁴ *Strategic communication*. https://military-history.fandom.com/wiki/Strategic_communication

як таке, що «об'єднується навколо ідеї розглядати стратегічні комунікації як процес, можливості, організації та окремі види діяльності»¹²⁵.

Отже, стратегічні комунікації досліджуватимемо як:

– *здатність/набір можливостей* – описуються стратегічні комунікації як інтегрована функція комунікації. Ця функція визначає стратегічні цілі комунікації, загальні принципи побудови й здійснення комунікацій, їх змістовне наповнення, форми комунікацій та конкретний інструментарій реалізації;

– *процес* – стратегічні комунікації розглядаються з позиції комунікаційного менеджменту. Іншими словами, стратегічні комунікації являють собою свідомо організований процес, який має реалізувати поєднання цілей (завдань), шляхів (тактики) і засобів (ресурси) для досягнення очікуваних змін у поведінці або сприйнятті цільової аудиторії.

8. Стратегічні комунікації як здатність/набір можливостей (capability)

Ключові характеристики стратегічних комунікацій. Дослідники неодноразово робили спроби визначити універсальні характеристики / властивості стратегічних комунікацій, які трапляються практично в усіх визначеннях і які не залежить від специфіки конкретного виду стратегічних комунікацій, зокрема від рівня комунікації та сфери використання.

Український дослідник Д. Дубов, узагальнюючи пропозиції з різних джерел, виокремлює так зване «ядро» стратегічних комунікацій. До «ядра» він відносить такі властивості¹²⁶:

1) інформування, вплив та переконування (усередині держави, іноземних аудиторій, незгодних) є важливими для просування інтересів і цілей політики;

2) ефективне інформування, вплив та переконування потребують чітких цілей, що, зі свого боку, потребує формування чітких цілей самої політики, на підтримку якої реалізуються заходи в межах стратегічних комунікацій;

3) координація та деконфліктизація є обов'язковими для уникнення ситуацій, коли інформаційна діяльність одних структур призводить до ускладнення (чи неможливості) інформаційної діяльності інших структур. Ідеться про дві взаємопоєднані проблеми: відсутність координації на рівні структур і відсутність координації на рівні меседжів (контенту);

4) «комунікування діями» й зменшення розриву в конструкції *say-do*. Дії «кажуть» значно вагомніше, ніж слова, – це загальна базова позиція для справді ефективних стратегічних комунікацій. Під діями розуміємо широке коло заходів: поведінку, вчинки, політику.

Дж. Немет, намагаючись сформулювати універсальне визначення, виявив

¹²⁵ Tatham S. NATO Strategic Communication: More to be Done? National Defence Academy of Latvia; Center for Security and Strategic Research. Riga, 2014. 63 p. P.3. https://www.naa.mil.lv/sites/naa/files/document/1_DSPC%20PP%201%20-%20NATO%20StratCom.pdf

¹²⁶ Дубов Д. В. Стратегічні комунікації: проблеми концептуалізації та практичної реалізації. *Стратегічні пріоритети. Серія: Політика*. 2016. № 4. С. 9 – 23. С. 13. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/sppol_2016_4_4

спільні моменти в розповсюджених визначеннях¹²⁷:

- 1) необхідна комплексна та інтегративна ясність / зрозумілість визначення;
- 2) недостатньо лише розуміти й використовувати окремі складники стратегічних комунікацій;
- 3) стратегічні комунікації – це складна система, тому найбільш ефективним є цілісний підхід;
- 4) переконання, вплив, інформування мають ключове значення;
- 5) важливо домогтися вигідної для нас поведінки;
- 6) вимірюваність і зворотний зв'язок є дуже сприятливими.

Британські дослідники вказують на три спільні моменти стратегічних комунікацій¹²⁸:

- 1) необхідність інформувати, впливати й переконувати аудиторію всередині країни та за кордоном, незалежно від того, чи є вона дружньою, вороже налаштованою або просто представником громадськості;
- 2) необхідність сприяти координації дій між органами влади, щоб уникнути того, що армія США називає «інформаційним братовбивством»;
- 3) необхідність стратегічної комунікації сама по собі залежить від здатності донести інформацію про дії до всіх причетних і зацікавлених аудиторій, а також забезпечити, щоб самі ці дії були зрозумілими, тобто доповнювали й підтримували стратегічні цілі.

Стратегічні комунікації: з погляду суб'єкта, який здійснює комунікації.

Далі, розглядаючи стратегічні комунікації як здатність/набір можливостей, ми відштовхуємося від складових частин стратегічних комунікацій, як-от: ціль, цільова група, повідомлення, засоби, ресурси, дії, впливи.

Сфера використання й цілі стратегічних комунікацій. Походження стратегічних комунікацій з оборонної сфери не означає, що вони можуть застосовуватися лише в подібних структурах¹²⁹. Так само навряд чи є переконливою думка численної групи дослідників, які стверджують, що основними суб'єктами стратегічних комунікацій є «актори» глобального масштабу (держава, великі корпорації, міжнародні неурядові організації тощо)¹³⁰.

Сьогодні більшість дослідників схиляються до висновку, що стратегічні комунікації вирізняються необхідною універсальністю, яка дає змогу реалізовувати проекти в різних сферах і на різних рівнях комунікації. На думку

¹²⁷ Nemeth J. L. Defining Strategic Communication: An Almost Impossible Challenge, But Perhaps There Is Still A Solution. *Hadtudomány* (Online), 2021. 31(E szám). Pp. 162 – 172. P. 168. DOI 10.17047/Hadtud.2021.31.E.162

¹²⁸ Cornish P., Lindley-French J., Yorke C.. *Strategic Communications and National Strategy*. A Chatham House Report September 2011, London: Chatham House, 2011. 42 p. P. 3. URL: <https://www.chathamhouse.org/sites/default/files/r0911stratcomms.pdf>

¹²⁹ Соловійов С. Г. Место стратегических коммуникаций в публичном управлении. *East journal of security studies*. 2018. Vol. 1(3). 8 p. P. 3. URL: <http://repositsc.nuczu.edu.ua/bitstream/123456789/7425/1/Solovyov.pdf>

¹³⁰ Price M. E. *Free Expression, Globalism and New Strategic Communication*. New York: Cambridge University Press, 2015. 286 p. P. 19.

українського науковця Г. Почепцова, особливістю стратегічних комунікацій є їх реалізація через трансформацію інформаційного простору в інших видах: соціальному, економічному, військовому, політичному, дипломатичному, що доводить їх універсальність і пристосованість до різних стратегічних цілей та сфер¹³¹.

Стратегічні комунікації, без сумніву, є життєво важливим інструментом для національної держави, який підтримує національну стратегію, спрямований на досягнення її захист політико-стратегічних цілей і національних інтересів. Однак так само важливість використання стратегічних комунікацій декларують бізнес-структури, громадські організації, заклади освіти та культури тощо. Вони не переслідують стратегічні цілі на рівні держави, а лише цілі, які є важливими в межах їхніх конкретних сфер діяльності, інституцій, структур, команд. У всіх випадках основою стратегічної комунікації є стратегічна мета політичного актора, для реалізації якої створюється концептуальна система позиціонування, що впливає на цільові аудиторії та її настрої.

Залежно від типу актора й відповідного стратегічного рівня можемо говорити про сфери та рівні стратегічної комунікації загалом. Так, сферою стратегічної комунікації може бути бізнес, соціокультурна сфера, зовнішня й внутрішня політика будь-якої організації / інституції чи держави, військова справа, міжнародні відносини тощо. Застосування так званого рівневого критерію дає змогу розглядати стратегічні комунікації на різних рівнях соціально-просторової ієрархії – від локального до глобального. У найбільш загальному вигляді стратегічна комунікація – це комунікація, що забезпечує розробку та реалізацію стратегії суб'єкта за допомогою спеціальних (комунікаційних) ресурсів, засобів, інструментів, технологій.¹³² При цьому цілі мають бути чітко сформульовані й ці формулювання повинні уможливлувати легко зрозуміти, які цілі можуть бути реалізовані через вплив або переконання, а які – за допомогою інших зусиль / дії.

Цільова аудиторія та вплив на неї. Як очевидно з дефініцій, стратегічні комунікації мають бути чітко орієнтовані на потрібні цільові аудиторії. Власне, ідея стратегічних комунікацій полягає в тому, щоб заручитися підтримкою цих аудиторій і через них та разом із ними просувати інтереси суб'єкта комунікації або намагатися досягнути поставлених цілей.

Варіанти долучення цільових аудиторій можуть бути різними, наприклад інформування, вплив або переконання обраної аудиторії на підтримку національних ідей (як у К. Пола), комплексна програма використання інформаційних засобів (програми, плани, теми, меседжі та продукти) в поєднанні з діями інших інструментів національної влади, щоб залучити

¹³¹ Почепцов Г. *Стратегічні комунікації: стратегічні комунікації в політиці, бізнесі та державному управлінні*. Київ: Альтерпрес, 2008. 216 с. С.28.

¹³² Гавра Д. Категорія стратегічної комунікації: сучасне розуміння та базові характеристики.

Сучасні технології бізнес-комунікацій та стратегічного PR. 2015. №4. С.229-233. С.231.

ключові аудиторії для створення, зміцнення або збереження умов, сприятливих для просування інтересів, політики й цілей уряду Сполучених Штатів (як у визначенні Міністерства оборони США); розробка програм, покликаних впливати на добровільну поведінку цільових аудиторій (та акторів) для досягнення управлінських цілей (як у визначенні Системного коледжу ООН).

Українська дослідниця Є. Тихомирова, підсумовуючи висновки К. Пола¹³³ з приводу відмінностей між визначеннями стратегічних комунікацій, указує на щонайменше три реальні відмінності того, як уявляють собі науковці вплив стратегічних комунікацій на цільову аудиторію¹³⁴:

1) відмінності між трансляванням і взаємодією: передача інформації (транслявання) – це одностороння комунікація. Діалог і врахування особливостей суспільства – це багатостороння комунікація, взаємодія суб'єктів комунікації;

2) інформування та вплив (дехто припускає, що метою стратегічної комунікації є вплив, інші – просте інформування без впливу). К. Пол називає таку дихотомію помилковою. «Факти говорять самі за себе» тоді, коли фактам є, що сказати: «Кожне подання інформації є актом переконання». Водночас дослідник підкреслює, що потрібно розрізняти благотворний вплив і маніпуляцію. Обман, маніпулювання, пропаганда – усі ці неадекватні форми впливу є нестійкими в сучасному інформаційному середовищі й підривають довіру нинішніх і майбутніх повідомлень та зусиль. Стратегічна комунікація – це вплив, що містить правду, прихильність до достовірності, і їх треба називати «добросовісними переконаннями».

3) існують різні трактування основи стратегічної комунікації. К. Пол вважає, що ядром стратегічних комунікацій є переконання, повідомлення, вплив і переконання в політичних цілях. Стратегічна комунікація не повинна розглядатися лише як інструмент боротьби з насильницьким екстремізмом. Важлива частина зусиль уряду – слухати так само важливо, як і «транслювати». Стратегічна комунікація спрямована на те, щоб говорити, слухати, демонструвати добру волю до всіх людей світу. Зараз більш ніж коли-небудь сприйняття та розуміння образів, політики й дій залежатиме від підтримки, яку вони отримують від різних груп населення.

При цьому переконання, як указує Є. Тихомирова, потрібно розуміти як основну форму впливу, яку повинні застосовувати у своїй діяльності служби стратегічних комунікацій. Його головна відмінність від маніпулювання полягає в тому, що маніпулятор, впливаючи на свідомість людини, не залишає їй вибору. Переконання передбачає свідомий добровільний вибір і підтримку людиною певних цінностей, ідей та думок. Переконання – це управління думками людей за допомогою різної аргументації. Мистецтво аргументації, що покладене в основу переконання, передбачає використання найефективніших

¹³³ Paul C. Getting Better at Strategic Communication. *RAND Corporation*. Santa Monica, on July 12, 2011. 18 p. URL: http://www.rand.org/content/dam/rand/pubs/testimonies/2011/RAND_CT366.pdf

¹³⁴ Тихомирова Є. Б. Стратегічні комунікації ЄС: інституціональний вимір. *Політичне життя*. 2016. № 4. С. 103 – 112. С. 104.

прийомів і методів міркування, які забезпечують доказовість та переконливість певної інформації, ідеї тощо. На відміну від маніпуляції, переконання передбачає свідоме сприйняття людьми первинних ідей і цінностей, що робить громадську думку більш компетентною й стійкою. Тому за допомогою стратегічних комунікацій переконують, а не змушують діяти певним чином¹³⁵.

Стратегічна комунікація оперує фактичною інформацією, що відрізняє її від пропаганди з її методами «великої брехні». Стратегії обману та маніпуляції вимагають особливої обережності у використанні, оскільки вони можуть призвести до втрати довіри до комунікатора й мети комунікації, тоді як «збереження довіри вимагає, щоб дії відповідали словам»¹³⁶.

До різновиду переконання також відносять переконання діями. Тут під діями розуміємо широке коло заходів, як-от: певна поведінка, вчинки, політика. «Комунікація діями» й зменшення розриву в конструкції «say – do» (справи–слова–образи) – це загальна базова позиція для справді ефективних стратегічних комунікацій.

Попри відмінності, в усіх випадках програма стратегічних комунікацій орієнтована на внесення позитивних змін у налаштованості цільової аудиторії на предмет комунікацій і підтримку цілей комунікацій. Умовою успіху є таке:

- програма дій повинна ставити розуміння аудиторії в центр комунікаційних заходів;
- в основі мають бути створення та підтримка спільних цінностей, нових смислів, здійснення діалогу суб'єкта й цільової аудиторії;
- програма дій повинна мати довготерміновий характер і здійснюватися безперервно.

Меседжі й наративи. Як справедливо зазначає Е. Голдман, «ефективна стратегічна комунікація вимагає чітких, послідовних повідомлень, що впливають із мети політики»¹³⁷. На думку дослідниці, однією з умов того, що комунікації набувають стратегічного характеру, є адаптація цих повідомлень до широкої цільової аудиторії. Як стверджується в¹³⁸, стратегічне повідомлення повинно послідовно передавати те, чим суб'єкт хоче поділитися, тобто формувати розмову для досягнення бажаних результатів й узгоджуватися з його довгостроковими цілями.

Теоретично, стратегічні комунікації передбачають «передачу найкращого повідомлення через правильні канали, з урахуванням добре продуманих цілей. У цьому полягає різниця між тим, щоб повинні робити комунікації, і тим, щоб

¹³⁵ Тихомирова Є. Б. Стратегічні комунікації ЄС: інституціональний вимір. *Політичне життя*. 2016. № 4. С. 103 – 112. С. 104.

¹³⁶ Sillanpää A. Strategic Communications and Need for Societal Narratives. *The Riga Conference*. (Riga, November 13, 2015). URL: <https://www.rigaconference.lv/rc-views/22/strategic-communications-and-need-for-societal-narratives>

¹³⁷ Goldman E. Strategic Communication: A Tool for Asymmetric Warfare. *Small Wars Journal*. 10/06/2007. URL: <https://smallwarsjournal.com/blog/strategic-communication-a-tool-for-asymmetric-warfare>.

¹³⁸ What Is Meant by Strategic Communications? URL: <https://degree.astate.edu/articles/media-management/what-is-meant-by-strategic-communications.aspx>

повинні робити правильні комунікації»¹³⁹. Крім того, зосередження на проактивному плані комунікації дає змогу уникнути потреби виправляти помилки, допущені під час поширення нечітких повідомлень. Такий спосіб є гарантією того, що надіслані повідомлення можуть зміцнити довіру й поліпшити відносини, тоді як неправильні повідомлення можуть їх підірвати.

Із цього погляду, важливою проблемою стратегічних комунікацій є визначення центрального предмету/сутності комунікацій, який отримав назву «стратегічний наратив».

У широкому розумінні наратив трактується як «історія, що пояснює дії суб'єкта та виправдовує їх перед певною аудиторією»¹⁴⁰. Наратив передбачає структурування подій¹⁴¹, є розповіддю про послідовність подій, які мають значення для наратора/оповідача та аудиторії¹⁴², а отже, уключає розповіді про події, котрі оповідач/суб'єкт визначив як такі, що мають значення для аудиторії. Іншими словами, «для того, щоб наратив був ефективним, він повинен як резонувати з основними цінностями аудиторії, так і обґрунтовувати переконливий опис причинно-наслідкових зв'язків, котрі пов'язують події в пояснювальну структуру»¹⁴³. У випадку стратегічних комунікацій наратив – це спосіб комунікації суб'єкта з цільовою аудиторією й водночас інструмент, здатний конструювати бажану реальність.

Стратегічні наративи покликані допомогти адресатові краще зрозуміти події таким чином, щоб паралельно сформувався певне бажане ставлення до події¹⁴⁴. Наративи постають інструментом цілеспрямованої презентації та поширення наратором свого викладу подій з урахуванням власних інтересів. Наративи як історії послідовностей значущих для наратора подій апелюють до цінностей адресата задля забезпечення більшої переконливості історій. Сучасним стратегічним наративам властива емотивність – передбачувана, усвідомлювана властивість мовлення, пов'язана з використанням мовних засобів, які цілеспрямовано надають наративу емоційності для впливу на адресата¹⁴⁵. Наративи формуються з урахуванням культурного контексту

¹³⁹ What Is Meant by Strategic Communications? URL: <https://degree.astate.edu/articles/media-management/what-is-meant-by-strategic-communications.aspx>

¹⁴⁰ Denzin N. K. *Interpretive Biography*. Newbury Park, California, London: Sage. 1989.

¹⁴¹ Ovchinnikova I. Effect of the Content Complexity on Hesitations in Adolescents' Narratives. *Psychology of Language and Communication*. 2018. No 22(1). Pp. 1 – 20. P. 2. URL: <https://doi.org/10.2478/plc-2018-0001>

¹⁴² Denzin N. K. *Interpretive Biography*. Newbury Park, California, London: Sage. 1989.

¹⁴³ Antoniadis A., O'Loughlin B., Miskimmon A. Great Power Politics and Strategic Narratives. *Working Paper No 7 / The Centre for Global Political Economy*, University of Sussex, 2010. 26 p. P. 5. URL: <https://www.sussex.ac.uk/webteam/gateway/file.php?name=cgpe-wp07-antoniadis-miskimmon-oloughlin.pdf&site=359>

¹⁴⁴ Лисичкіна І. Мас-медійні особливості побудови ефективного наративу як інструмента стратегічних комунікацій. *Психолінгвістика*. 2019. Вип. 26. С. 224 – 242. С. 230. URL: <https://psycholing-journal.com/index.php/journal/article/view/697/215>

¹⁴⁵ Лисичкіна І. Мас-медійні особливості побудови ефективного наративу як інструмента стратегічних комунікацій. *Психолінгвістика*. 2019. Вип. 26. С. 224 – 242. С. 235. <https://psycholing-journal.com/index.php/journal/article/view/697/215>

адресата, оскільки спираються на традиції, міфи й історичну пам'ять аудиторії, причому наративи здатні одночасно їх змінювати, спростовувати та створювати нові.¹⁴⁶

Отже, будь-який наратив є не лише історією послідовності вибраних подій, а й переконанням за своєю сутністю. Для того щоб наратив був переконливим, особливу увагу потрібно зосередити на структурі повідомлень у цьому наративі, яка залежить від багатьох чинників: аудиторії, каналу, часу, теми тощо.¹⁴⁷

Координація інформаційних взаємодій у системі стратегічних комунікацій. Отже, в основу стратегічної комунікації покладено привернення на свій бік цільових аудиторій та їх залучення до діяльності, спрямованої на досягнення цілей/місії стратегічної комунікації. На практиці ці два процеси є складними й вимагають організації та координації інформаційних взаємодій на всіх етапах, а також узгодженості дій суб'єктів на всіх інституційних рівнях. Ось як із цього приводу висловлюється К. Пол: «Для мене стратегічна комунікація – це координація того, що ви робите і говорите на підтримку ваших цілей»¹⁴⁸.

Координованість пов'язана з тим, що інформаційні впливи реалізуються за допомогою різних інструментів, методів, прийомів, технологій тощо, але завжди в множині, разом, на різних рівнях. Це потрібно для комплексного, глибшого охоплення зацікавлених сторін та їх залучення до дій. З одного боку, координація працює на синергетичний ефект комунікації, з іншого – «координація та деконфліктизація (deconfliction) є обов'язковими для уникнення ситуацій, коли інформаційна діяльність одних структур призводить до ускладнення (чи неможливості) інформаційної діяльності інших структур... За великим рахунком, мова йде про дві взаємопов'язані проблеми: відсутність координації на рівні структур і відсутність координації на рівні меседжів (власне контенту), що може призводити до вкрай негативних наслідків»¹⁴⁹.

Укажемо на кілька аспектів, пов'язаних із координацією.

По-перше, це координація на найвищому рівні загальності – дій, слів, образів, інших видів комунікацій. На цьому акцентує К. Пол у своєму визначенні стратегічних комунікацій – це «скоординовані дії, повідомлення, образи чи інші види реляції, спрямовані інформувати, впливати, переконувати

¹⁴⁶ Лисичкіна І. Мас-медійні особливості побудови ефективного нарративу як інструмента стратегічних комунікацій. *Психолінгвістика*. 2019. Вип. 26. С. 224 – 242. С. 230. URL: <https://psycholing-journal.com/index.php/journal/article/view/697/215>

¹⁴⁷ Лисичкіна І. Мас-медійні особливості побудови ефективного нарративу як інструмента стратегічних комунікацій. *Психолінгвістика*. 2019. Ви. 26. С. 224 – 242. С. 235. URL: <https://psycholing-journal.com/index.php/journal/article/view/697/215>

¹⁴⁸ Paul C. Strategic Communication: origins, concept, and current debates. *PRAEGER*, 2011. 240 p. P. 3.

¹⁴⁹ Дубов Д. В. Стратегічні комунікації: проблеми концептуалізації та практичної реалізації. *Стратегічні пріоритети. Серія: Політика*. 2016. № 4. С. 9 – 23. С. 13. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/sppol_2016_4_4

цільову аудиторію»¹⁵⁰. Такої самої думки дотримується Д. Гейдж, трактуючи стратегічні комунікації як процес синхронізації дій, образів і слів, що має на меті досягнення бажаного ефекту¹⁵¹.

По-друге, стратегічна комунікація відрізняється від простого інформування тим, що вона прагне змінити не лише переконання, а й поведінку. Стратегічна комунікація включає елементи психології, соціальних наук, маркетингу та інших дисциплін, щоб забезпечити більш тонке розуміння аудиторії – її цінностей, поглядів і переконань, мотивації, нормативної приналежності, схильності до змін та багатьох інших чинників.¹⁵² Тут координація відбувається на рівні інформування й впливу.

По-третє, це координація на рівні використовуваного інструментарію. Наприклад, у дефініції НАТО чітко окреслюємо інструментарій (публічна дипломатія, зв'язки із громадськістю цивільні та військові, інформаційні й психологічні операції). Міністерство оборони США запропонували концепцію інтеграції стратегічних комунікацій, де процес комунікацій розглядають як узгодження цих напрямів діяльності, які разом створюють ефекти підтримки національних цілей.

У корпоративному секторі складниками стратегічних комунікацій є зв'язки з громадськістю, масова комунікація, бренд-комунікація, зв'язки зі ЗМІ, внутрішня та корпоративна комунікації. Стратегічні корпоративні комунікації реалізуються через низку засобів, як-от: прес-релізи, реклама, традиційний маркетинг, внутрішні повідомлення, зв'язки з громадськістю, інтерв'ю, цифровий маркетинг, білі книги, освітні програми тощо.¹⁵³

Подібне твердження маємо, але вже на рівні національної держави: «стратегічна комунікація – це не маркетинг, не реклама, не зв'язки з громадськістю, не журналістика, не психологія, не соціологія, не соціальні комунікації, не візуальні комунікації, не антропологія й не будь-яка інша сфера, пов'язана з цими поняттями. Однак стратегічна комунікація повинна відігравати роль відбору, керівництва, інтеграції, координації, активізації та використання ресурсів цих дисциплін для підтримки національних цілей і постійних інтересів національної держави».¹⁵⁴

По-четверте, як продовження та наслідок попереднього, – це синтез різних каналів передачі інформації. На думку К. Халлахана, установи/організації з

¹⁵⁰ Paul C. Strategic Communication: origins, concept, and current debates. *PRAEGER*, 2011. 240 p. P. 17.

¹⁵¹ Gage D. The continuing evolution of Strategic Communication within NATO. *The Three Swords Magazine*. 2014. Vol. 27. Pp. 53 – 55. P. 54.

¹⁵² Fink N. C., Barclay J. *Mastering the Narrative. Counterterrorism Strategic Communication and the United Nations* / Center on Global Counterterrorism Cooperation, 2013. 56 p. P. 13 – 14. URL: https://www.globalcenter.org/wp-content/uploads/Feb2013_CT_StratComm.pdf

¹⁵³ Mehta R. Strategic Communication – Definition, Importance and Objectives. URL: <https://digiiaide.com/strategic-communication/>

¹⁵⁴ Guerrero-Castro C.E. Strategic Communication for Security & National Defense: Proposal for an Interdisciplinary Approach. *Connections*. 2013. Volume 12. Issue 2. Pp. 28 – 52. P. 48. URL: http://connections-qj.org/system/files/12.2.02_Guerrero-Castro.pdf?download=1

часом починають розуміти, що «різні види корпоративних комунікацій мають не лише спільну мету, а й стратегії її досягнення – відбувається синтез каналів комунікації та форм передачі інформації»¹⁵⁵.

По-п'яте, це синхронізація слів і дій. Ця синхронізація координує слова й дії вже на самому початку формування політики. Синхронізація слів і справ ураховує комунікаційну цінність дій та, урешті, надсилає повідомлення до аудиторії, яка інтерпретує їх, виходячи зі своєї культури й переконань. Іншими словами, стратегічна комунікація через синхронізацію слів і дій, а також ефективного здійснення цілеспрямованої комунікації та залучення є ключем до досягнення успішної зовнішньої політики США¹⁵⁶. Е. Голдман також вважає, що основу стратегічних комунікацій становить управління сприйняттям, у якому вагому роль відіграє координація інформаційних потоків (ідей, дій, рішень), спрямована на приведення у відповідність позиції цільової аудиторії з цілями державної політики¹⁵⁷.

По-шосте, це координація дій на всіх рівнях управління. Таке тлумачення міститься у звіті Королівського інституту міжнародних відносин (Chatham House): стратегічна комунікація є системою взаємопов'язаних скоординованих заходів, що здійснюються на стратегічному, оперативному й тактичному рівнях управління; системою, спрямованою на досягнення розуміння інтересів і потреб цільових аудиторій, виявлення ефективних методів та механізмів активізації й підтримки певної поведінки з боку цих аудиторій¹⁵⁸.

До сказаного про координацію потрібно додати ще один важливий аспект, на який указує С. Соловійов: «ефект стратегічної комунікації є віддаленим у часі, тому перед органами державної влади постає складне завдання залучення ресурсів і зацікавлених сторін до мети, яка не бачиться, не сприймається як пріоритетна або навіть відкидається більшістю»¹⁵⁹.

Стратегічні комунікації: із погляду цільової аудиторії. Поглянемо на стратегічні комунікації як на систему донесення в тій чи іншій формі інформації, яка має на меті не просто вплинути на розуміння, сприйняття, очікування цільової аудиторії, а що найважливіше – спонукати її до дій, які відповідають місії та цілям організації / проекту. При цьому скористаємося

¹⁵⁵ Hallahan K., Holtzhausen D. R., van Ruler B., Verčič D., Sriramesh K. Defining Strategic Communication. *International Journal of Strategic Communication*, 2007. No 1. P. 3 – 35. P. 4. URL: https://www.researchgate.net/publication/241730557_Defining_Strategic_Communication

¹⁵⁶ Young Joon Lim. Theorizing Strategic Communication in Parsimony from the U.S. government perspective. *KOME: An International Journal of Pure Communication Inquiry*, 2015. No 3 (1). Pp. 1 – 15. P. 7. URL: <http://komejournal.com/files/131.pdf>

¹⁵⁷ Goldman E. Strategic Communication: A Tool for Asymmetric Warfare. *Small Wars Journal*. 10/06/2007. URL: <https://smallwarsjournal.com/blog/strategic-communication-a-tool-for-asymmetric-warfare>.

¹⁵⁸ Cornish P., Lindley-French J., Yorke C. Strategic Communications and National Strategy. A Chatham House Report September 2011, London: Chatham House, 2011. 42 p. P. 4. URL: <https://www.chathamhouse.org/sites/default/files/r0911stratcomms.pdf>

¹⁵⁹ Соловійов С. Г. Место стратегических коммуникаций в публичном управлении. *East journal of security studies*. 2018. Vol. 1(3). 8 p. P. 5. URL: <http://repositsc.nuczu.edu.ua/bitstream/123456789/7425/1/Solovyov.pdf>

запропонованою в ¹⁶⁰ інтерпретацією стосовно культурно-розважальної сфери, що не применшує загальності висновків, які можна зробити з цієї інтерпретації.

Отже, стратегічні комунікації формують настрій (сприйняття, розуміння, відносини, очікування й реакції) цільової аудиторії з метою впливу на поведінку, щоб отримати бажану дію. При цьому йдеться не про те, щоб змусити діяти потрібним чином, а створити варіанти дій на вибір. Тобто на першому етапі фактично змінюється цільова аудиторія, а на другому – «нові» ми (організація та переконана аудиторія) переходимо до спільних дій.

Модель процесу такого впливу (етапи реалізації стратегічних комунікацій) є такою:

1) ознайомити. Цільова аудиторія має нульове знання про предмет інформування, тому ціль/девіз цього етапу – боротьба за увагу. Потрібно прорватися крізь бетонну стіну інформаційного перевантаження й шуму, достукатися до потенційної аудиторії;

2) зацікавити. Тепер, коли аудиторія знайома з предметом, постає нова ціль – зацікавити аудиторію, створити інтерес до предмета. Без інтересу знання є лише нейтральною інформацією й не більше;

3) перша спроба. Головна ідея цього етапу пов'язана зі стимулюванням зробити перший крок – уперше скористатися послугою/товаром. Потрібно проявити максимально творчий підхід, докласти всіх зусиль, достукатися не до розуму, а до емоцій і почуттів, та заохотити аудиторію копати глибше, прагнути дізнатися більше й зробити перший крок;

4) постійне використання. Перша спроба для аудиторії повинна перерости в постійне користування, а завдання організації – сформувати так звану «основну аудиторію» таким чином, щоб той, хто зробив перший крок («приходить до нас уперше»), став «постійним клієнтом». Інакше витратимо величезні ресурси, щоб повторно проходити всі етапи від початку, намагаючись своїх клієнтів із нескінченного океану людей;

5) виховати прихильників / шанувальників (це найвище досягнення). На цьому етапі «клієнт» стає «прихильником / шанувальником / фанатом». Він не лише відвідує заходи, але й приводить свою сім'ю, друзів, каже всім: «Якщо ти не спробуєш це хоч раз, то твоє життя було марним». Тепер колишні «клієнти» стають «нами» і допомагають нам у всьому.

Візуально описаний процес можна представити у вигляді так званої «комунікаційної стрілки» (див. рис . 1.7).

¹⁶⁰ Кулаков А. Онлайн курс «Комунікації». Етапи стратегічної комунікації. *Культура і креативність*. URL: <https://www.culturepartnership.eu/ua/publishing/communication-course/lecture-2-the-stages-of-strategic-communication>

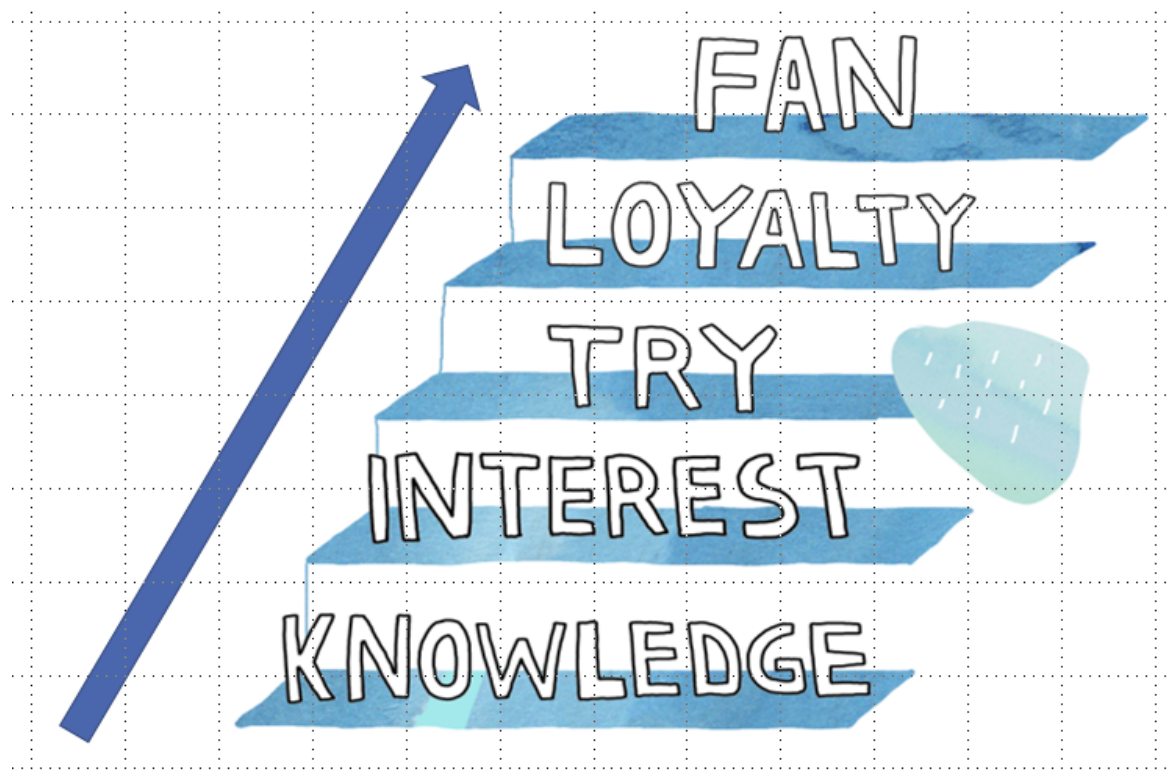


Рис. 1.7. «Комунікаційна» стрілка переконання і спонукання до дій цільової аудиторії (джерело: ¹⁶¹)

Успіх описаного вище процесу гарантований за наявності двох умов: стратегічні комунікації мають ґрунтуватися на спільних цінностях і будуватися на взаємній довірі. Без дотримання вказаних умов стратегічні комунікації просто перетворюються у звичайне маніпулювання, промивання мізків або пропаганду в гіршому її розумінні.

Цінності організації – це фундаментальні переконання, на яких ґрунтується бізнес, це головні засади, які використовуються під час взаємодії з іншими організаціями, клієнтами й співробітниками. Стратегічні комунікації повинні наближати організацію до досягнення місії, яку вона заклала у свій фундамент. Сама місія завжди будується на системі цінностей, які й презентують місію. Якщо організація функціонує лише на рівні задоволення потреб клієнтів, то її цільова аудиторія так і залишиться на рівні звичайних клієнтів.

Члени цільової аудиторії є, з одного боку, клієнтами, а з іншого – мають власні цінності, які для них є не менш, а радше більш важливими, ніж потреби як клієнтів. Тому для успішного досягнення кінцевої стадії стратегічних комунікацій організації повинні об'єднати свою систему цінностей із системою цінностей цільової аудиторії – або дотягнути свою систему цінностей до цінностей клієнта, або з її допомогою підняти цінності аудиторії до власних.

Ще однією умовою успіху стратегічних комунікацій організації є здобуття

¹⁶¹ Кулаков А. Онлайн курс «Комунікації». Етапи стратегічної комунікації. *Культура і креативність*. URL: <https://www.culturepartnership.eu/ua/publishing/communication-course/lecture-2-the-stages-of-strategic-communication>

довіри в аудиторії. Як тільки цільова аудиторія втрачає довіру, вона випадає з циклу комунікації й залишає організацію, оскільки організація перестає відповідати її очікуванням. Тоді потрібно буде докласти ще більше зусиль, щоб відновити цю довіру. Тому організація не може не відповідати очікуванням цільової аудиторії.

Здобути довіру випадково можна, але це можливо лише в короткостроковій перспективі. Щоб побудувати довгострокові відносини, потрібно викликати довіру в аудиторії, виправдати її очікування, але в жодному разі не опускатися до рівня маніпулювання.

Принципи реалізації стратегічних комунікацій. З описаних вище засад функціонування виведено принципи ефективного здійснення стратегічних комунікацій. Під принципами стратегічних комунікацій розумемо ідеї, правила, закономірності, які слугують основою ефективної організації та практичної реалізації стратегічних комунікацій.

Усі принципи можна поділити на дві групи – опорні й модерні. Опорні принципи є вихідною базою для якої-небудь стратегічної комунікації, тоді як модерні пов'язані з постійними новітніми трансформаціями інформаційного простору, удосконаленням і розширенням науково-теоретичних підходів, застосуванням нових прогресивних практик в інформаційній сфері.

До опорних принципів, без сумніву, потрібно віднести складові частини «ядра» стратегічних комунікацій, на які вказує Д. Дубров (див. вище)¹⁶²:

- інформування, вплив і переконування;
- чіткі цілі;
- координацію та деконфліктизацію;
- «комунікування діями».

Ще один принцип, без якого стратегічні комунікації, на нашу думку, утрачають сенс:

– цінності й довіра (перетин цінностей організації, котра здійснює стратегічні комунікації, із цінностями цільових аудиторій, на які вони спрямовані, має бути не порожньою множиною, і сам процес реалізації стратегічних комунікацій має будуватися на довірі; без цих елементів стратегічні комунікації перетворюються на маніпулювання, промивання мізків, пропаганду). На таких принципах акцентовано в¹⁶³.

Запропоновану групу опорних принципів також удало доповнює український науковець С. Соловійов¹⁶⁴. Він уносить до переліку такі принципи:

- скоординованість застосування засобів інформаційного впливу на всіх

¹⁶² Дубов Д. В. Стратегічні комунікації: проблеми концептуалізації та практичної реалізації. *Стратегічні пріоритети. Серія: Політика*. 2016. №4. С. 9 – 23. С. 13. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/sppol_2016_4_4

¹⁶³ Кулаков А. Онлайн курс «Комунікації». Основні принципи стратегічної комунікації / *Культура і креативність*. URL: <https://www.culturepartnership.eu/ua/publishing/communication-course/lecture-3-values-and-trust>

¹⁶⁴ Соловійов С. Г. Основні характеристики стратегічних комунікацій. *Вісник Національного університету цивільного захисту України. Серія: Державне управління*. 2016. Вип. 1. С. 165 – 170. С. 169. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/VNUCZUDU_2016_1_26.

етапах реалізації політики;

- послідовність та узгодженість дій державних і недержавних суб'єктів;
- цілеспрямована підтримка національних цілей;
- дослідження реакцій та врахування потреб цільової аудиторії;
- дотримання зворотного зв'язку із цільовою аудиторією.

Однак і цей перелік не є вичерпним, його можна доповнити дев'ятьма принципами успішної реалізації стратегічних комунікацій, які виокремлює Е. Голдман з урахуванням адаптованих класичних положень військових стратегій¹⁶⁵:

– принцип об'єктивності (чітке формулювання політичних цілей, розуміння цільової аудиторії, адаптація основних повідомлень до інтересів аудиторії);

– принцип масовості (використання всіх видів комунікаційних моделей, засобів та часових відрізків, посилення слів діями з метою усунення меж сприйняття);

– принцип раптовості (застосування слів, здатних обеззброїти дії й вчинки супротивника, але не завдавати йому шкоди та залучити тих, хто сумнівається);

– принцип проактивності (за його допомогою відбувається цілеспрямоване й ініціативне формування інформаційного середовища, не обмежене реакцією на слова та дії опонента);

– принцип гнучкості (сприйняття й відстеження особливостей зовнішнього середовища, пристосованість і налаштування дій відповідно до змін контексту комунікації, делегування завдань та повноважень нижчим рівням управління з метою забезпечення швидкості реакції);

– принцип ефективності й застосування сили (концентрація всіх ресурсів на ключові цілі);

– принципу єдності управління (завдяки йому відбувається визначення/призначення органу/керівника управління з метою координації та синхронізації основних дій, здійснення оперативного/неоперативного управління);

– безпековий принцип (зумовлює дотримання вимог безпеки й здійснення комунікації зі всіма учасниками комунікаційної інфраструктури);

– принцип простоти (використання зрозумілих однозначних і несуперечливих ключових повідомлень та дій, спрямованих на досягнення політичної мети).

Щодо другої групи модерних принципів, то українські дослідники Л. Стороженко й С. Петькун пропонують такі принципи¹⁶⁶:

- достовірності (інформація, що використовується в комунікації, має бути

¹⁶⁵ Goldman E. Strategic Communication: A Tool for Asymmetric Warfare. *Small Wars Journal*. 10/06/2007. URL: <https://smallwarsjournal.com/blog/strategic-communication-a-tool-for-asymmetric-warfare>.

¹⁶⁶ Стороженко Л., Петькун С. Стратегические коммуникации: концептуальные подходы и базовые принципы. *Соціум. Документ. Комунікація*. 2021. Випуск 11. С. 386 – 403. С. 396 – 397. URL: <https://sdc-journal.com/index.php/journal/article/download/339/277>.

правдивою, правильно інтерпретуватися, а комунікаційні дії мають бути чітко скоординовані та викликати довіру цільової аудиторії);

– діалогічності (забезпечує ефективну комунікацію шляхом залучення учасників цільової аудиторії до багатостороннього діалогу й знаходження консенсусу);

– неперервності (потрібен постійний процес сприйняття, аналізу та трансформації інформації з метою адаптації й вироблення нових стратегічно важливих дій);

– спрямованості на результат (стратегічні комунікації – це поєднання комунікаційних інструментів впливу, які синхронізуються з іншими функціями для отримання бажаного результату);

– масштабності (у сучасних умовах стратегічні комунікації не мають інформаційних, просторових, часових й аудиторних обмежень);

– кореляції (зумовлений особистим досвідом, ментальністю, духовно-культурними цінностями, політичними переконаннями цільової аудиторії; аудиторія співвідносить отриману та опрацьовану інформацію з навколишнім світом крізь призму власного світосприйняття);

– синхронності (стратегічним комунікаціям відводиться провідна роль важливої складової частини стратегічного управління й реалізації стратегії загалом).

Формула стратегічних комунікацій. На завершення наведемо модель стратегічних комунікацій авторства Й. Фалькгаймера і М. Хайде¹⁶⁷. Дослідники спробували структурувати стратегічні комунікації на три процесні частини плюс структура. Як стверджують науковці, замість того, щоб шукати ідеальне визначення стратегічної комунікації, ми пропонуємо формулу як спосіб зрозуміти, що охоплює стратегічні комунікації (рис. 1.8). Формула виявилася вдалим інструментом для пояснення сутності стратегічних комунікацій.

¹⁶⁷ Falkheimer J., Heide M. Introduction: the emergent field of strategic communication. *Research Handbook on Strategic Communication* / J. Falkheimer, M. Heide (eds.). Edward Elgar Publishing. 2022. Pp. 1 – 12. Pp. 6 – 7. URL: https://www.elgaronline.com/edcollchap/book/9781800379893/book-part-9781800379893-5.xml?tab_body=pdf-copy1

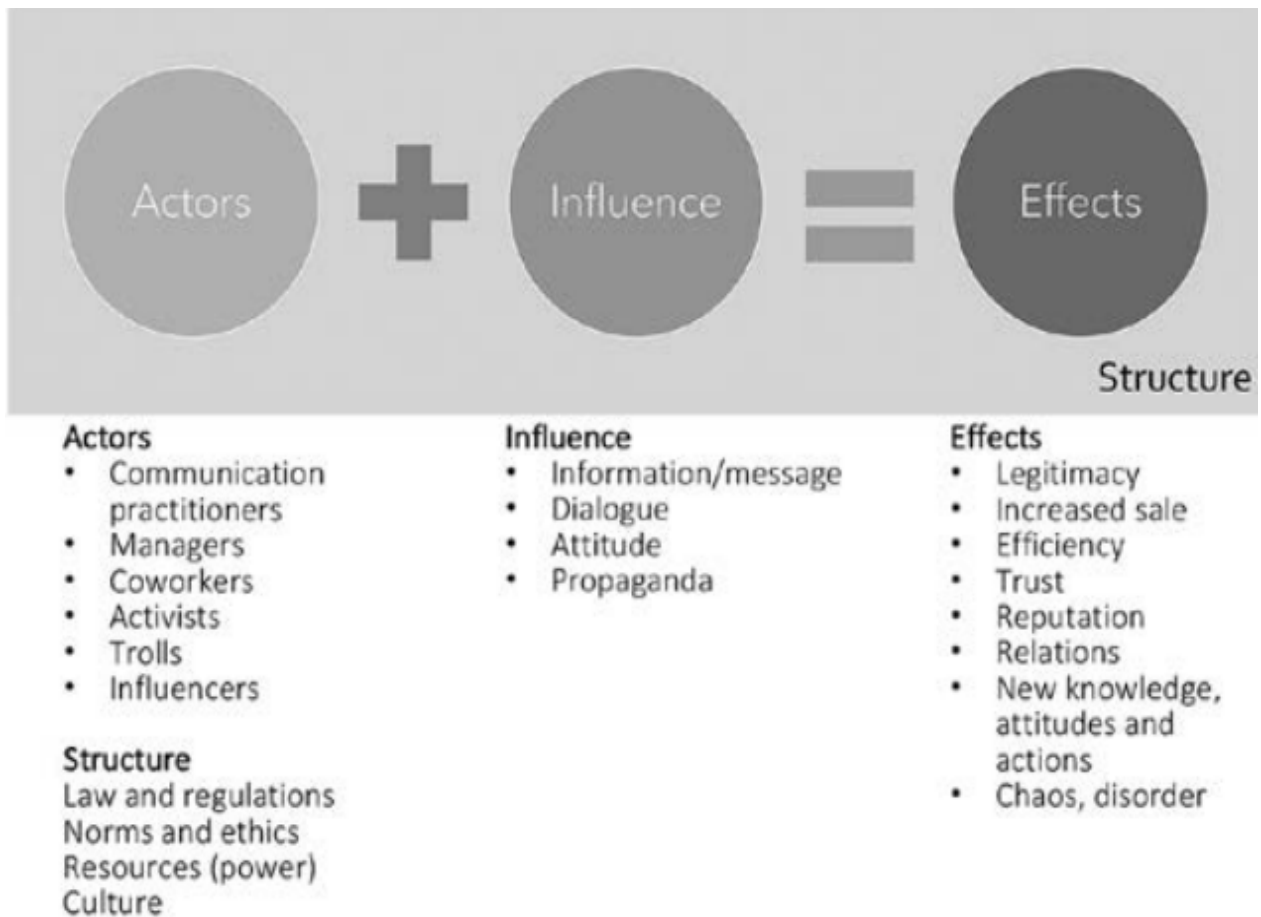


Рис. 1.8. Формула стратегічних комунікацій (джерело: ¹⁶⁸)

По-перше, структура являє собою своєрідне середовище, у якому три процеси здійснюються / відбуваються. Її можна розглядати як перешкоди або передумови, що різною мірою впливають, запобігають або контролюють вплив акторів і наслідки стратегічної комунікації. Структура включає в себе закони та правила, норми й етичні обмеження, ресурси (фінансові та когнітивні) й культурні обмеження. З критичного погляду, структурні чинники пов'язані з активами ресурсів і призводять до дисбалансу влади для акторів. Однак структура не завжди визначає використання та наслідки стратегічних комунікацій. Стратегічна комунікація може призвести до відтворення структурних обмежень, але також до трансформації наявних структур.

По-друге, існують різні актори. Фокусування на акторах означає, що ви ставите людей (лідерів, колег, фахівців із комунікацій, впливових осіб та активістів), організованих соціальних акторів (корпорації, громадські організації та неурядові організації) або неорганізованих соціальних акторів (громадську думку чи громадськість) у центрі дослідження. Важливо підкреслити, що стратегічна комунікація, як очевидно, фокусується не лише на

¹⁶⁸ Falkheimer J., Heide M. Introduction: the emergent field of strategic communication. *Research Handbook on Strategic Communication* / J.Falkheimer, M.Heide (eds.). Edward Elgar Publishing. 2022. Pp.1-12. P.6. https://www.elgaronline.com/edcollchap/book/9781800379893/book-part-9781800379893-5.xml?tab_body=pdf-copy1

організаціях, але й на суб'єктах, що є ширшим і всеохопним поняттям.

По-третє, це вплив. Під цим поняттям ми розуміємо засоби, за допомогою яких реалізується стратегічна комунікація – через поширення інформації різними каналами, аргументацію, дискусії, діалог, брендингові кампанії, пропаганду чи ін. Фокусування впливу означає, що контент – тексти, зображення, візуальні ефекти, звук, мовлення, перформанс, дискурс – ставляться в центр аналізу.

Нарешті, існують ефекти (або результати) стратегічного комунікаційного впливу суб'єктів, які залежать від структури. Ефект еквівалентний загальному результату, який може чинити як навмисний, так і ненавмисний вплив. Крім того, багато організаційних заходів, котрі проводять керівники та співробітники, можуть не мати жодних навмисних наслідків, але все одно давати стратегічні результати. Наприклад, зустріч співробітника з клієнтами, під час якої до них ставилися з повагою та з метою надання послуг, може призвести до підвищення довіри до організації і її легітимності. Це означає, що всі мікрозустрічі можуть мати вплив на макрорівні. Це є один із важливих стратегічних аспектів. Загалом вплив можна вважати стратегічним, коли він стає суттєвим або значущим для розвитку, зростання, ідентичності або виживання організації чи іншого суб'єкта. Крім того, важливо підкреслити тісний зв'язок між стратегією, тактикою й оперативною роботою. Практики, які працюють лише зі стратегічними питаннями, такими як розробка планів та їх упровадження в організації, не враховують, що створення цінності відбувається й під час тактичної роботи, тобто коли стратегія матеріалізується менеджерами, співробітниками, фахівцями з комунікацій або іншими суб'єктами. Стратегічна комунікація відбувається тоді, коли різні тактичні зусилля здійснюються зі стратегічною метою або напрямом. Однак навіть ненавмисна тактична робота може мати стратегічний ефект. Загалом стратегічно непередбачувана практика також повинна бути включена в те, що слід розглядати як стратегію й стратегічну роботу. Типові заплановані позитивні ефекти стратегічної комунікації стосуються легітимності, довіри, репутації, ефективності, збільшення продажів або зміни ставлення чи поведінки. Однак стратегічна комунікація може призвести й до негативних наслідків, якщо її використовують для поширення пропаганди або дезінформації, таких як поляризація, конфлікт, маніпуляції, ненависть, хаос і безлад.

9. Стратегічні комунікації як процес

Комунікаційний менеджмент і стратегічні комунікації. У цьому випадку ми розглядаємо стратегічні комунікації в контексті комунікаційного менеджменту.

Один із варіантів визначення комунікаційного менеджменту має такий вигляд: комунікаційний менеджмент – це управління комунікаціями між організацією (установою) та її внутрішніми й зовнішніми стейкхолдерами, а також іншими групами суспільних інтересів, що здійснюється на функціональному рівні організації. Стратегічний комунікаційний менеджмент є

науковим світоглядом або парадигмою, котра концептуалізує управління комунікаціями в стратегічному контексті організації¹⁶⁹. Центральною ідеєю стратегічного комунікаційного менеджменту вважають сканування середовища з метою виявлення 1) зацікавлених сторін і проблем 2) та управління ними¹⁷⁰.

Іншими словами, стратегічний комунікаційний менеджмент можна розглядати як систематичне планування й реалізацію інформаційних потоків, комунікації, розвитку ЗМІ та піклування про імідж у довгостроковій перспективі. Це передача цілеспрямованого повідомлення / повідомлень через найбільш підходящі засоби масової інформації визначеній аудиторії / аудиторіям у відповідний час, щоб сприяти досягненню бажаного довгострокового ефекту. Фактично комунікаційний менеджмент полягає у створенні процесу, який повинен привести в рівновагу три фактори: повідомлення, медіаканал(и) та аудиторію.¹⁷¹

Говорячи про ефективність, дослідники особливо акцентують на тому, що ефективна стратегічна комунікація повинна поєднати цілі (завдання), шляхи (тактику) й засоби (ресурси) для досягнення вимірюваних змін у поведінці чи сприйнятті цільової аудиторії. Тобто все структурується навколо чотирьох етапів процесу стратегічних комунікацій: цілі, ідеї, реалізація та вплив.

Розглянемо, як утілюються ці елементи в процесі розробки й здійснення процесів стратегічних комунікацій на двох прикладах: управління стратегічним комунікаціями Уряду США і рекомендацій щодо планування стратегічних комунікацій в Україні.

Стратегічні комунікації Уряду США як управління комунікаційним процесом. У роботі американського дослідника Янга Джун Ліма¹⁷² знаходимо спрощений опис і візуалізацію процесу стратегічних комунікацій уряду США.

Загалом Уряд прагне до однієї мети з погляду максимізації сили стратегічних комунікацій впливати на цільову аудиторію без застосування фізичної сили. Для того щоб сприяти стратегічним комунікаціям, він організовує розробку процесів стратегічних комунікацій, сподіваючись, що цільова аудиторія не діятиме проти національних інтересів США, а навпаки – позитивно реагуватиме на ці інтереси. Це правильний час для народження проекту стратегічної комунікації.

Процес здійснення стратегічних комунікацій подано на рис. 1.9.

¹⁶⁹ Steyn B., Beer E. D. Conceptualising strategic communication management (SCM) in the context of governance and stakeholder inclusiveness. *Communicare: Journal for Communication Studies in Africa*. 2012. Vol. 31(2). Pp. 29 – 55. P. 30.

¹⁷⁰ Steyn B. Contribution of public relations to organisational strategy formulation. The future of excellence in public relations and communication management. Challenges for the next generation / E. L. Toth (ed.). Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum, 2007. Pp. 137 – 172.

¹⁷¹ Strategic communication. URL: https://military-history.fandom.com/wiki/Strategic_communication

¹⁷² Young Joon Lim. Theorizing Strategic Communication in Parsimony from the U.S. government perspective. *KOME: An International Journal of Pure Communication Inquiry*, 2015. No 3(1). Pp. 1 – 15. P. 11 – 2. URL: <http://komejournal.com/files/131.pdf>



Рис. 1.9. Поток стратегічних комунікацій (джерело: ¹⁷³)

Логічним є те, що ініціювання проекту починається з визнання головної проблеми, на якій учасники проекту (фахівці-практики) повинні зосередитися (крок 1). Після цього проводиться дослідження, щоб мати глибше розуміння ситуації (крок 2).

Наступні кроки втілюють принцип комунікації (модель впливу повідомлення): відправник інформації / ідеї повинен трансформувати її в повідомлення / тему, які передаються через канал одержувачу; одержувач найімовірніше діятиме подібним чином, лише в зворотному порядку.

Далі встановлюються цілі (крок 3), які цілеспрямовано ведуть до створення повідомлень / меседжів, що представляють концепцію проекту (крок 4). Це важливі процеси визначення того, яку поведінку потрібно реалізувати чи як змінити ставлення й для якої групи людей. Після того, як основні меседжі сформульовано, треба визначити групи людей, яких варто поінформувати, на яких треба вплинути, яких потрібно навчити або переконати (крок 5). Указані групи людей називають цільовою аудиторією.

Розробка конкретної й чіткої стратегії у формі кампанії, що містить визначений меседж або тему, є наступним кроком для доступу до цільової аудиторії (крок 6). Далі настає час реалізовувати комунікаційну стратегію з

¹⁷³ Young Joon Lim. Theorizing Strategic Communication in Parsimony from the U.S. government perspective. *KOME: An International Journal of Pure Communication Inquiry*, 2015. No 3(1). Pp. 1 – 15. P.12. URL: <http://komejournal.com/files/131.pdf>

ефективним використанням засобів масової інформації (крок 7). На останньому етапі відстежуємо хід реалізації стратегічних комунікацій (крок 8) і робимо висновки – продовжувати їх реалізовувати, чи комунікації доведеться реорганізувати, оскільки вони є неефективним. Якщо процес реорганізація є неминучим, то фахівці мають налаштовуватися на повторне виконання попереднього або подальших попередніх кроків. Такий процес триває доти, поки потрібного ефекту не буде досягнуто. Оскільки за найгіршого сценарію повтори можуть змінювати весь процес комунікації, й це часто пов'язано з великими витратами, то перші три кроки вимагають від учасників надзвичайних зусиль і ретельної підготовки.

Поетапне планування стратегічних комунікацій (за О. Зарубою)¹⁷⁴

Етап початку планування та залучення ключових посад управління інституцією до процесу планування. На цьому етапі потрібно розпорядчим документом зобов'язати підрозділи, відповідальні за елементи стратегічних комунікацій, делегувати представників та сформувати робочу групу чи призначити відповідальних осіб за розробку плану стратегічних комунікацій. У розпорядчому документі треба вказати терміни планування, порядок роботи (зборів), форму подачі робочих матеріалів і кінцевий результат планування.

Робоча група опрацьовує графік своєї роботи, здійснює розподіл обов'язків, установлює періодичність зборів (засідань), терміни подачі робочих матеріалів і відпрацювання документів.

Етап аналізу політики (головних завдань на майбутнє) інституції передбачає вивчення стратегії й політики інституції, ключових документів із реформи (розвитку) інституції, інших документів, які впливають на її завдання, цілі діяльності.

На цьому етапі аналізуються не лише внутрішні фактори, які впливають на комунікацію, але й зовнішні. До них відносять міжнародне безпекове середовище загалом і воєнно-політичну ситуацію в регіоні; інтенсивність інформаційних впливів із боку держав, які вже проявили себе вороже; міжнародну допомогу, що надається у безпековій сфері іншими державами; ступінь інтеграції й участі держави у військово-політичних союзах, миротворчих операціях; ступінь і заходи міжнародного співробітництва між інституціями сектору безпеки та оборони різних країн.

Важливою частиною другого етапу є аналіз діяльності стейкхолдерів (будь-яка особа, група або організація, що причетна чи має інтерес до діяльності відповідної інституції, її ресурсів чи результатів діяльності, а також впливає на її рішення та зазнає зворотного впливу).

Етап аналізу сучасного стану комунікацій інституції. Під час цього етапу здійснюється аналіз (аудит) комунікаційних можливостей організації. Під час такого аналізу важливими є кількісні оцінки: кількість відвідувачів на сайті, кількість репостів, оцінок публікації, кількість коментарів, цитувань в інших

¹⁷⁴ Компанцева Л. Ф., Акульшин О. В., Гай М. О. та ін. Стратегічні комунікації для фахівців сектору безпеки і оборони: практичний poradnik. Київ: Національна академія СБУ, 2019. 212 с. С. 45 – 46. URL: https://academy.ssu.gov.ua/uploads/p_157_82349872.pdf

матеріалах, «лайків» і ін.

Проте якісні оцінки теж важливі. Їх можна отримати за допомогою опитування, фокус-груп, анкет, авторських оцінок та іншими методами.

Етап формулювання стратегічних завдань комунікацій інституції передбачає визначення стратегічних цілей комунікацій інституції, які впливають зі стратегічних цілей самої організації.

Етап формулювання завдань оперативного рівня спрямований на визначення оперативних цілей стратегічних комунікацій. Оперативні цілі можна представити у вигляді окремого проекту із призначенням відповідальної особи, зони відповідальності, комунікаційних ресурсів, які виділяються, опису проекту й інших елементів. Вони можуть формулюватися відповідно до складових частин системи стратегічних комунікацій.

Для більшої деталізації оперативних цілей передбачено перехід на тактичний рівень і планування конкретних комунікаційних заходів.

Етап доведення плану до виконавців і збору критичних зауважень призначений для перегляду стратегічного комунікаційного плану, його уточнення та вдосконалення. Він полягає в доведенні його до всіх членів робочої групи й збиранні їхніх критичних зауважень і пропозицій. Із планом мають ознайомитися ключові посадові особи інституції сектору безпеки та оборони. Він має корелювати з іншими планами інституції: реформ, менеджменту, державними програмами тощо. Процедура затвердження стратегічного комунікаційного плану залежить від самої організації й прийнятих у ній адміністративних процедур.

Завершується планування стратегічних комунікацій *етапом удосконалення плану стратегічних комунікацій*.

10. Гібридні загрози та деструктивні стратегічні комунікації

Конструктивні та деструктивні стратегічні комунікації. Стратегічні комунікації, про які йшлося вище, належать до категорії конструктивних. Однак є й інша категорія комунікації – деструктивні. Конструктивність чи деструктивність визначається їхніми цілями. Механізми конструктивної та деструктивної комунікації однакові – це комунікаційна діяльність суб'єкта (інституції, держави тощо), яка стратегічно орієнтована на інших людей, державні й недержавні інституції або суспільство загалом. Однак *метою деструктивних стратегічних комунікацій* у довгостроковій перспективі є порушення нормального функціонування особистості, суспільства та держави.

Деструктивні стратегічні комунікації є технологією підтримки гібридних загроз й основою для низки способів/методів ведення війни, серед яких – традиційні засоби; нетрадиційні засоби; нерегулярні формування; терористичні акти (уключаючи тотальне насильство та примус); незаконні перешкоди з боку як державних, так і недержавних суб'єктів¹⁷⁵.

¹⁷⁵ GAO-10-1036 R. Hybrid Warfare. United States Government Accountability Office Washington, 2010. URL: <https://www.gao.gov/assets/100/97053.pdf>

Гібридні загрози. В основі деструктивних комунікацій покладено поняття «гібридні загрози». Це поняття є надто загальним і широким/розмитим. У доповіді Європейської служби зовнішньої дії зазначено, що гібридну війну легше описати, ніж визначити¹⁷⁶. Тому навіть сьогодні єдиної дефініції гібридних загроз не вироблено.

Один із перших варіантів визначень гібридних загроз подано в Стратегічній концепції НАТО (2010). У їх трактуванні – це загрози, які «створюються противниками, спроможними застосовувати традиційні та нетрадиційні засоби одночасно, залежно від необхідності досягнення поставлених цілей»¹⁷⁷.

Ми зупинилися на більш сучасному його трактуванні: *гібридна загроза* – це будь-який противник, який одночасно й адаптовано використовує співвідношення звичайного озброєння, нерегулярну тактику, тероризм і злочинну поведінку в зоні бойових дій для досягнення своїх політичних цілей¹⁷⁸.



Рис. 1.10. Основні характеристики гібридних загроз¹⁷⁹

¹⁷⁶ Countering Hybrid Threats. Food-for-thought paper. Working document of the European External Action Service of 13/05/2015. URL: <http://www.statewatch.org/news/2015/may/eeas-csdp-hybrid-threats-8887-15.pdf>

¹⁷⁷ Understanding hybrid threats. Briefing European parliamentary research service. June, 2015. URL: [http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/ATAG/2015/564355/EPRS_ATA\(2015\)564355_EN.pdf](http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/ATAG/2015/564355/EPRS_ATA(2015)564355_EN.pdf)

¹⁷⁸ Гбур З. В. Актуальні гібридні загрози економічній безпеці України. *Інвестиції: практика та досвід*. 2018. № 7. С. 97 – 99. С. 98.

¹⁷⁹ *Стратегічні комунікації для безпекових і державних інституцій: практичний посібник* / Л. Компанцева, О. Заруба, С. Череватий, О. Акульшин. Київ: ТОВ «ВІСТКА», 2022. 278 с. С. 32. URL: http://fes.kiev.ua/n/cms/fileadmin/upload2/Book_28-06-2022_web-3.pdf

Основні риси новітніх гібридних загроз наведені на рис. 1.10. Розглянемо їх детальніше¹⁸⁰:

1) *мережевий характер*. Згідно з теорією мережевих війн сучасні конфлікти відбуваються в чотирьох сферах: фізичній, інформаційній, когнітивній і соціальній. Вирішальний ефект досягається завдяки системному використанню всіх елементів. Фізична сфера є традиційною для війни, де фізичні сили зіштовхуються в часі та просторі. Інформаційна сфера складається з інформації; людей, організацій та систем, які отримують, обробляють і передають інформацію; а також когнітивного, віртуального й фізичного простору, у якому все це відбувається. Когнітивна сфера – це ментальна сфера особи, котра приймає рішення, і цільової групи, у якій люди думають, сприймають, уявляють та приймають рішення. Соціальна сфера включає соціальні, культурні й поведінкові чинники, що характеризують ставлення та дії населення регіону/середовища;

2) *консцієнтальність* (лат. *conscientia* – свідомість, совість) – це орієнтація впливу на свідомість аудиторії, упровадження певної ідеології, деструктивних наративів і меседжів. Загрози спрямовані на знищення самоідентифікації, самовизначення особистості та нації, що є однією з цілей гібридної війни;

3) метою гібридного впливу є не стільки захоплення територій, скільки «самодезорганізація» опонента, *заміна перспективної системи цінностей цільової держави/регіону на базові конструкти держави-ініціатора*. Наприклад, Російська Федерація активно просуває цінності «слов'янської єдності» та «руського мира» не лише на власній території, але й у країнах СНД, у тому числі в Україні. Застосування системи організаційного, пропагандистського, психологічного та інформаційного впливу на державу-ціль змушує її рухатися в бажаному для протилежної сторони напрямку. «У результаті скоординованих дій у державі має бути створена ситуація внутрішнього політичного, економічного та психологічного хаосу»¹⁸¹;

4) *розмивання поняття правди*. Метою є не просування інших версій правди, а розмивання самого поняття правди – не переконання, як у класичній пропаганді, а замулювання інформаційного поля. Це робиться за допомогою теорій змови, страхів й ірраціональних рухів;

5) глобалізація світу призводить до *глобалізації гібридних загроз*. Це стосується зворотного боку глобалізації – зростання транснаціональних загроз, включаючи транснаціональний тероризм, організовану злочинність, кіберзлочинність тощо;

6) *систему технологічного дискурсу* розроблено лінгвістами Російської Федерації. В умовах гібридної війни технологічний дискурс спрямований на встановлення соціального контролю. Технологічний дискурс перетворюється на

¹⁸⁰ *Стратегічні комунікації для безпекових і державних інституцій: практичний посібник* / Л. Компанцева, О. Заруба, С. Череватий, О. Акульшин. Київ: ТОВ «ВІСТКА», 2022. 278 с. С. 32 – 34. URL: http://fes.kiev.ua/n/cms/fileadmin/upload2/Book_28-06-2022_web-3.pdf

¹⁸¹ Мороз В. Розумний Росію обійде. *Українська правда*. 19 серп. 2014. URL: <https://www.prawda.com.ua/columns/2014/08/19/7035270/>

інструмент, який дає змогу без додаткових капіталовкладень отримувати економічні вигоди від самого дискурсу, перемагати конкурентів, котрі не використовують такий дискурс. Технологічний дискурс реалізується через пропаганду, піар, риторичні прийоми переконання, ідеології, маніпуляції, технології НЛП, брендинг, використання квазидипломатичних заяв, навіювання, опору на культурний простір (освіта, кіно, шоу-бізнес, медіа, передусім телебачення й інтернет), експертизу, просування «правильних» наукових ідей, підкріплених науковими/псевдонауковими дослідженнями. Адресант плавно, опосередковано та неявно скеровує траєкторію думок адресата, заохочуючи адресата повірити у власні сили й волю до прийняття рішення. У результаті адресат нібито сам робить висновки, приймає рішення, однак насправді робить те, що має на увазі дискурсивний технолог.

Технології здійснення деструктивних стратегічних комунікацій.

Г. Почепцов узагальнює здійснення деструктивних стратегічних комунікацій до півтора десятка технологій¹⁸²:

– тоталітарну диктатуру зміцнює *інформаційний монополізм*. Інформація, яка виходить з-під контролю, стає самостійним гравцем. Засоби масової пропаганди чинять тотальний вплив на ідеологію суспільства, коли в останнього інших джерел інформації немає;

– *перерозподіл інформаційної ваги гравців* призводить до інформаційних інтервенцій у картині світу цільової аудиторії;

– *створення керованих масових спільнот* дає змогу утримати цільову аудиторію в межах порядку денного. Результатом є інтерпретація подій на користь маніпуляторів;

– *керування сприйняттям* – це свідоме заплутування цільової аудиторії, коли їй підсовують позначення-знання, замість відсилання-інформації про факт;

– *керування героїкою* передбачає зміну сприйняття світу через трансформацію героїки або утримання старої героїки на протигагу тій, що вводиться новою реальністю;

– *керування ворогами* – дає змогу цільовій аудиторії виправдовувати будь-які дії проти тих, хто визначений як ворог. Без ворогів жоден герой неможливий;

– *маніпуляція джерелами інформації* – кожна маніпуляція намагається подати свою інформацію як знання;

– *керування за допомогою великих масивів інформації*. Книги, кіно й телебачення створили масового споживача інформації, інтернет – масовість джерел інформації. Саме тут найчастіше виникають потоки неправдивої інформації, фейків;

¹⁸² Почепцов Г. Пятнадцать технологий современной пропагандистской и информационной войны (часть 1). *MS.DETECTOR.MEDIA*. URL: <https://ms.detector.media/mediaanalitika/post/16671/2016-05-29-pyatnadsat-tekhnologyy-sovremennoy-propagandystskoy-y-unformatsyonnoy-voyny-chast-1/>

– керування каналом комунікації, коли різні типи меседжів йдуть різними каналами, наприклад цільові аудиторії більше довіряють повідомленням у соціальних мережах;

– керування парадоксальністю, в основу якого покладено блокування раціональності. Парадоксальність захоплює увагу й не дає можливості включитися критичному мисленню;

– керування фреймами (рамками подій). Під час представлення подій використовують епізодичний фрейм, який говорить про самотність події (акцент на змінах у людині – провина за негативність ситуації покладається на людину), або тематичний фрейм, що демонструє тренд (акцент на змінах у розв’язанні проблеми – провина на державі);

– керування розважальністю має на увазі створення таких інформаційних і віртуальних продуктів, прикладні цілі яких приховані;

– керування сакральністю ґрунтується на зв’язку символічних і соціальних об’єктів. Пропаганда – це управління сакральністю (вибудовує свій ряд об’єктів/героїв/ історію саме під кутом зору досягнення ними сакральності);

– керування технологіями для здійснення пропаганди;

– керування історією будується на пошуку позиції, з якої можна створювати нову історію держави.

Протистояння деструктивним стратегічним комунікаціям/гібридним загрозам. Самі по собі стратегічні комунікації вже є дієвим інструментом подолання гібридних загроз. Запорукою їх дієвості є ефективне використання базових засад стратегічних комунікацій: системності, правдивості інформації, яка подається, єдності «слова – дії». Варіант алгоритму, який забезпечує таку ефективність, можна представити у вигляді чотирьох кроків¹⁸³:

1) *аналіз – моніторинг – оцінювання інформаційного середовища й гібридних загроз.* Ця попередня науково-аналітична діяльність уключає оброблення структурованих даних із різних джерел і на цій основі – виявлення потрібних об’єктів, зв’язків, способів поведінки консультації політичних, військових та цивільних представників влади з фахівцями громадянського суспільства задля узгодження позицій і вироблення рекомендацій для впровадження стратегічних комунікацій;

2) *вироблення стратегічної концепції* має на увазі формування гнучкого порядку дій, прийнятого в результаті оцінювання стратегічної ситуації, задля формування структури й змісту військових, дипломатичних, економічних, психологічних заходів стратегічних комунікацій.

3) *розроблення загальнодержавного стратегічного наративу, його системне транслювання різним цільовим аудиторіям за всіма складовими частинами стратегічних комунікацій* – зв’язки з громадськістю, публічна дипломатія, цивільно-військове співробітництво, інформаційні та психологічні операції. Цей процес супроводжується діями: вироблення інституційних

¹⁸³ Стратегічні комунікації для безпекових і державних інституцій: практ. посіб. / Л. Компанцева, О. Заруба, С. Череватий, О. Акульшин. Київ: ТОВ «ВІСТКА», 2022. 278 с. С. 44 – 45.

(оперативних/тактичних) наративів для конкретних цільових аудиторій; підтримання стратегічного наративу стратегічним контентом, що транслюється різними каналами зв'язку з урахуванням портрету конкретної цільової аудиторії; розбудова механізмів координації між всіма акторами стратегічних комунікацій;

4) *визначення ефективності стратегічно-комунікаційної діяльності* передбачає врахування показників, що відображають збільшення або зменшення певної діяльності цільової аудиторії. Після вимірювання ефективності можливі корективи стратегічної концепції та плану її впровадження.

12. Теоретичні засади досліджень стратегічних комунікацій

Сутність і проблеми досліджень стратегічних комунікацій. Важливо забезпечити науковий супровід процесу розвитку стратегічних комунікацій як системи загалом, так і окремих її складових частин зокрема. Оскільки стратегічні комунікації є різновидом комунікацій, то для дослідження стратегічні комунікації використовують модифіковані підходи звичайних комунікаційних досліджень.

Комунікаційні дослідження визначаються як наукове вивчення динаміки та явищ комунікації задля кращого розуміння й поліпшення комунікації між окремими особами, групами та спільнотами¹⁸⁴. Комунікаційні дослідження – це широка й різноманітна галузь, яка включає вивчення міжособистісної, міжкультурної, політичної, організаційної комунікації на різних рівнях, різних форм та елементів комунікації від вербальної комунікації до жестів і невербальної комунікації.

Методологія комунікаційних досліджень. Комунікаційні студії поділяються на дві групи – ті, що зосереджуються на теоретичних питаннях, і ті, що вивчають прикладні аспекти комунікації. Існують також дослідження, що містяться на перетині прикладних і теоретичних. Однак в усіх випадках вони відіграють важливу роль у прикладній комунікації.

Комунікаційні дослідження загалом та дослідження стратегічних комунікацій зокрема ґрунтуються на аналізі основних компонентів комунікації: відправника, одержувача, контексту/середовища, носія й повідомлення. Тому в широкому сенсі комунікаційні дослідження вивчають ці компоненти, ставлячи запитання щодо кожного з них і намагаючись відповісти на ці запитання.

Базовий підхід до вивчення комунікацій складається з п'яти кроків¹⁸⁵:

1) концептуалізація: визначення сфери інтересів і того, чи варто досліджувати конкретні питання/гіпотези;

¹⁸⁴ Guide to Communication Research. URL: <https://www.mastersincommunications.com/research/>

¹⁸⁵ Malik C. Guide to Communication Research Methodologies: Quantitative, Qualitative and Rhetorical Research. Master's in Communications. URL: <https://www.mastersincommunications.com/features/guide-to-communication-research-methodologies>

2) планування та розробка: вибір методів оцінювання, визначення змінних у вимірюваний спосіб

3) методологія: реалізація методології, збір необхідних даних й інформації. Наприклад, для проведення опитування готуються анкети; для проведення риторичної критики – набір текстів для дослідження;

4) аналіз та інтерпретація: перетворення сирих результатів на змістовні висновки. Наприклад, після проведення інтерв'ю потрібно оцінити його результати, виявити зв'язок із комунікаційними явищами, що цікавлять дослідника;

5) реконцептуалізація: визначення того, як отримані результати співвідносяться із ширшим масивом досліджень, у тому числі з іншими дослідженнями.

Останній крок є вирішальним і впливає з важливого принципу комунікаційних досліджень: усі дослідження сприяють кращому загальному розумінню комунікації та рухають галузь уперед, уможливаючи розробку нових теорій.

Існує три основні методології дослідження комунікації: кількісна, якісна й риторична. Однак у більшості випадків використовують поєднання цих підходів.

Кількісне дослідження передбачає збір та аналіз кількісних даних, тобто числових даних, які можна піддати статистичному аналізу. У кількісних дослідженнях використовується багато різних методів. Серед найпоширеніших – експерименти, опитування, контент-аналіз і мета-аналіз.

Експеримент – це емпірична форма дослідження, яка дає змогу дослідникам перевіряти гіпотези, маніпулюючи змінними та спостерігаючи за їх впливом на результат. Експеримент може бути контрольованим або неконтрольованим. У контрольованому експерименті дослідники мають повний контроль над усіма змінними, що перевіряються, у неконтрольованому – не мають, оскільки досліджувані змінні відбуваються в природних умовах.

Опитування – це один із методів збору даних у кількісних дослідженнях. Цей метод передбачає, що науковці розробляють запитання та опитують випадкову вибірку людей або групу людей для отримання відповідей на запитання. Опитування може проводитися різними способами, уключаючи особисте інтерв'ю, телефонне інтерв'ю, електронну пошту або вебопитування. Опитування може мати різні формати запитань, наприклад закриті (із варіантами відповіді) або відкриті (без варіантів відповіді).

Контент-аналіз – це метод дослідження, який застосовується для систематичного та об'єктивного аналізу різних форм текстового або візуального контенту, таких як повідомлення ЗМІ, вебсайти, соціальні мережі, рекламні матеріали тощо. Цей метод дає змогу виявити певні характеристики текстів або зображень, такі як кількість згадок певних понять, предметних областей, частота використання певних слів або словосполучень (висловлювань) тощо.

Контент-аналіз використовується для підрахунку кількості проявів певного явища в медіа-джерелі – книгах, журналах, рекламі, фільмах тощо. Наприклад, дослідник може бути зацікавлений у з'ясуванні того, чи люди певної раси недостатньо представлені на телебаченні. Він може вивчити цю сферу дослідження, підрахувавши, скільки разів люди різних рас з'являються на телебаченні в прайм-тайм, і порівняти це з реальними пропорціями в суспільстві.

Мета-аналіз – це метод систематичного синтезу результатів багатьох окремих досліджень для того, щоб зробити загальні висновки й підвищити точність оцінки ефекту. У комунікаційних дослідженнях мета-аналіз може бути використаний для синтезу результатів кількох досліджень впливу різних комунікаційних стратегій на поведінку або сприйняття цільової групи. У мета-аналізі дослідники можуть використовувати статистичні методи для об'єднання результатів досліджень, які були проведені на різних вибірках із застосуванням різних методів. Це може забезпечити більш точну й надійну оцінку впливу комунікаційних стратегій на цільову групу.

Мета-аналіз може бути особливо корисним, коли результати окремих досліджень є суперечливими або коли вони мають обмежену статистичну силу. Завдяки мета-аналізу дослідники можуть отримати більш точну та повну картину впливу комунікаційної стратегії на поведінку й сприйняття цільової групи, що може допомогти розробити більш ефективні комунікаційні стратегії в майбутньому.

Якісні дослідження забезпечують глибоке розуміння думок, почуттів, досвіду та сприйняття комунікації цільовими аудиторіями. Якісні дослідники використовують різноманітні методи. Одними з найпопулярніших є інтерв'ю, фокус-групи й включене спостереження.

Інтерв'ю дає змогу дослідникам отримати детальну інформацію про думки, почуття та досвід цільової аудиторії щодо певної комунікаційної стратегії, продукту чи послуги. Інтерв'ю можна проводити особисто, по телефону, електронною поштою або в чаті. Важливо, що метод проведення інтерв'ю залежить від потреб дослідження й доступності респондентів.

Інтерв'ю можна проводити як індивідуально, так і в групах. В індивідуальному інтерв'ю дослідник зустрічається з однією особою й розпитує її про певну тему. Під час групового інтерв'ю науковець збирає невелику групу людей і проводить із ними дискусію.

Інтерв'ю може бути структурованим, напівструктурованим або неструктурованим. Структуровані інтерв'ю використовуються для отримання конкретної інформації, коли дослідник ставить кожному респонденту однакові запитання. Напівструктуровані інтерв'ю дають змогу досліднику додавати додаткові запитання під час інтерв'ю, залежно від відповідей респондента. Неструктуровані інтерв'ю дають змогу респондентам детально описувати свої думки та досвід.

Фокус-групи – це ще один метод збору даних від групи людей, які мають спільні характеристики (наприклад вік, стать, освіта, професія тощо). У фокус-

групі дослідник використовує запитання та стимули, щоб отримати інформацію від членів групи про їх сприйняття досліджуваної теми. Однією з переваг фокус-груп є те, що вони можуть допомогти дослідникам отримати широкий спектр поглядів і думок на досліджувану тему. Фокус-групи також можуть бути корисними для виявлення нових ідей і розуміння того, як люди реагують на різні комунікаційні стратегії.

Цей формат корисний тим, що дає змогу учасникам спиратися на досвід інших, пригадуючи інформацію, яку вони могли б забути. Фокус-групи також мають тенденцію надавати корисну інформацію швидше, ніж інтерв'ю. Водночас деякі питання є занадто чутливими для фокус-груп і їх краще розглядати в інтерв'ю.

Уключене спостереження передбачає безпосереднє спостереження за учасниками, коли вони займаються досліджуваною діяльністю, наприклад спілкуються в соціальних мережах, реагують на рекламу, переглядають вебсайти тощо. Цей метод може дати дослідникам більш точну інформацію про те, як люди взаємодіють із засобами комунікації і як вони отримують інформацію.

Однією з переваг включеного спостереження є те, що воно дає змогу дослідникам отримати незабруднену інформацію про поведінку людей та їхні реакції на різні комунікаційні стратегії. Крім того, включене спостереження може бути корисним для отримання відповідей на питання, які люди не можуть або не хочуть висловлювати в інтерв'ю чи фокус-групі. Однак включене спостереження має й свої недоліки. Наприклад, дослідники можуть перебувати під впливом власних уявлень про те, як повинні поводитися люди й можуть не помічати важливих деталей, що не є очевидними.

Риторичні дослідження – це дослідницька методологія, спрямована на аналіз текстів, котрі використовують риторичні прийоми. Риторика – це мистецтво переконання за допомогою слова, яке передбачає застосування різних методів і засобів для переконання аудиторії в певному погляді чи ідеї.

У комунікаційних студіях риторичні дослідження можуть допомогти дослідникам зрозуміти, які прийоми використовуються в комунікаційних матеріалах, щоб переконати аудиторію. Наприклад, риторичний аналіз може допомогти визначити, які саме слова, образи, метафори, аналогії й інші риторичні прийоми використовуються для підвищення емоційної привабливості тексту, зміни ставлення до товару чи послуги або створення певного іміджу бренду.

Однією з переваг риторичних досліджень є те, що вони можуть допомогти дослідникам зрозуміти, які слова та образи застосовуються для створення бажаного ефекту або враження на аудиторію. Крім того, риторичний аналіз може бути корисним для виявлення тенденцій і змін у комунікаційних стратегіях.

Однак риторичні дослідження мають і свої недоліки. Наприклад, важко зробити об'єктивну оцінку того, які риторичні прийоми є більш ефективними, оскільки ефективність залежить від різних факторів, таких як цільова аудиторія,

контекст та інші чинники. Крім того, риторичний аналіз може бути складним і трудомістким.

Змішана методологія поєднує якісні та кількісні методи. Такий підхід дає змогу дослідникам отримати більш повну й глибоку інформацію про досліджуваний об'єкт за допомогою різних методів і підходів.

У комунікаційних дослідженнях змішана методологія може бути корисною для розуміння того, які комунікаційні стратегії та інструменти є більш ефективними для досягнення конкретних цілей, таких як збільшення продажів, підвищення пізнаваності бренду або зміна ставлення до продукту чи послуги. Наприклад, дослідники можуть провести кількісне дослідження, щоб з'ясувати, який вплив має реклама на поінформованість аудиторії про продукт і ставлення до нього. Потім вони можуть провести якісне дослідження, наприклад фокус-групи або інтерв'ю, щоб отримати більш детальне розуміння того, які елементи реклами сприяють досягненню цих результатів.

Іншим прикладом може бути поєднання контент-аналізу з уключеним спостереженням. Дослідники можуть використовувати контент-аналіз, щоб вивчити, які типи повідомлень і комунікацій використовуються. Потім вони можуть провести спостереження, щоб з'ясувати, які елементи комунікації привертають найбільшу увагу аудиторії, які комунікаційні стратегії є більш ефективними для привернення уваги аудиторії, а які – менш ефективними.

Загалом, змішана методологія дає змогу дослідникам вивчати комунікаційні процеси й стратегії глибше та всебічніше, що дає більш точне й обґрунтоване розуміння того, які комунікаційні інструменти та підходи є більш ефективними й дають кращі результати.

Огляд теорій стратегічних комунікацій. Кожне емпіричне дослідження так чи інакше пов'язане з теоретичними концепціями: або призначене для перевірки теоретичних концепцій і зв'язків, перевіряючи, наскільки добре вони відображають реалії навколишньої дійсності, і створюючи тим умови для вдосконалення теорій, або призначене для створення нових теорій. Покладатися лише на спостереження для пояснення причин явищ та ігнорувати теорію не є валідним науковим дослідженням.

Теорії комунікації вивчають те, як комунікації впливають на поведінку людей, організацій і суспільств загалом. Таких теорій є сотні. Ми спробуємо дати короткий огляд найбільш популярних теорій, класифікуючи їх за сферами комунікацій і способом пояснення досліджуваних феноменів чи процесів. Класифікація та перелік теорій запозичені нами з «Путівника із досліджень і наукових досліджень у галузі комунікації»¹⁸⁶.

Теорії масової комунікації. Масову комунікацію можна визначити як комунікацію, що передається великій аудиторії за допомогою засобів масової інформації. Не існує єдиної теорії масової комунікації, яка б охоплювала всю дисципліну – дослідники, зазвичай, зосереджуються на ступені впливу медіа на

¹⁸⁶ Communication Research Guides. Master's in Communications. URL: <https://www.mastersincommunications.com/features/guide-to-communication-research-methodologies>

комунікацію, культуру та суспільство. Із появою нових засобів масової інформації, котрі змінили спосіб нашого спілкування, змінилася й природа теорії масової комунікації. Багато з теорій, зазначених нижче, відображають еволюцію нашого розуміння масової комунікації з упровадженням нових технологій.

Теорії формування порядку денного, фреймінгу та праймінгу. Ці поняття сьогодні вважаються фундаментальними для вивчення масової комунікації й виникли в контексті комунікаційних досліджень.

Формування порядку денного – це процес визначення пріоритетності питань, що обговорюються в публічних дебатах, ЗМІ та інших формах комунікації. Формування порядку денного передбачає визначення й зосередження уваги на певній темі, яка є важливою для публічного обговорення та розуміння.

Фреймінг – це процес визначення того, які аспекти ситуації, події чи питання включаються в повідомлення і як вони подаються. Фреймінг може впливати на те, як люди сприймають та розуміють ситуацію, а також на їхні рішення й поведінку.

Праймінг – це процес, який демонструє, як один стимул/одна дія впливає на сприйняття та реакцію людини на подальшу іншу інформацію/дію. Тобто праймінг може змінити те, як люди розуміють й оцінюють інформацію, яку вони отримують, на основі попередньої інформації, котру вони отримали.

Теорія масового суспільства (також відома як теорія «чарівної кулі» або теорія «підшкірної голки») має велике значення в комунікаційних дослідженнях, оскільки вказує на те, що засоби масової комунікації, такі як телебачення, радіо, інтернет і газети, відіграють важливу роль у формуванні масової культури й сприяють стандартизації мислення та соціальних відносин.

Одним із ключових аспектів теорії масового суспільства є поняття «масової культури», яка є результатом впливу засобів масової комунікації на суспільство. У комунікаційистиці це поняття досліджується в контексті формування глобальної культури й масової медіакультури. Також вивчається вплив масової культури на формування суспільних відносин, ставлення до різних культурних та етнічних груп і формування ідентичностей людей. Крім того, теорія масового суспільства надає інструменти для вивчення ролі засобів масової комунікації у формуванні громадської думки й впливу на політичні процеси.

Теорія обмеженого впливу (Limited Effects Theory) – це теорія, яка стверджує, що засоби масової комунікації, такі як телебачення, радіо та газети, не мають прямого й значного впливу на поведінку та думки людей. Вона була розроблена в 1940-х і 1950-х роках на основі результатів досліджень впливу пропаганди на національність та ідеологію в Сполучених Штатах під час Другої світової війни.

Згідно з теорією обмежених ефектів, вплив мас-медіа залежить від індивідуальних характеристик споживачів, таких як освіта, статус, соціальне становище, інтереси й погляди. Отже, люди активно обирають те, що вони

дивляться, читають і слухають, і відкидають те, що не відповідає їхнім інтересам та переконанням.

Однак теорія обмеженого впливу не означає, що ЗМІ не мають жодного впливу на суспільство. Навпаки, вони можуть впливати на формування й поширення соціальних норм і стереотипів, а також на популяризацію певних ідей та культурних цінностей. У комунікаційних дослідженнях ця теорія може бути використана для вивчення того, як інформація передається й сприймається різними аудиторіями. Вона також може допомогти дослідникам визначити, що за чинники впливають на реакцію людей на комунікаційні повідомлення.

Теорія культури – це одна з теорій комунікації, яка стверджує, що культура визначає, які повідомлення та поведінка вважаються прийнятними в різних соціальних контекстах. Ця теорія зосереджується на тому, як інформація передається й інтерпретується в різних культурних середовищах.

Згідно з теорією, культурні відмінності між групами людей можуть впливати на сприйняття та розуміння комунікаційних повідомлень. Наприклад, певні слова або символи можуть мати різне значення в різних культурах, тому повідомлення можуть бути неправильно витлумачені або сприйняті як образливі.

У комунікаційних дослідженнях теорія культури може бути застосована для вивчення того, як інформація передається й сприймається в різних культурних середовищах. Дослідження можуть включати аналіз культурних відмінностей у сприйнятті рекламних повідомлень, культурних стереотипів у телевізійних програмах або вплив культурних факторів на поширення інформації в соціальних мережах. Культурна теорія також може бути корисною для вивчення взаємодії між різними культурами та етнічними групами. Дослідження можуть уключати аналіз того, як групи реагують на різні комунікаційні повідомлення, або вивчення взаємодії між різними культурами в процесі глобалізації й міжкультурної комунікації.

Теорія створення сенсу (sensemaking) є однією з теорій комунікації, що пояснює, як люди сприймають інформацію та створюють сенс з навколишнього світу. Теорія стверджує, що люди створюють сенс з інформації, інтерпретуючи, організовуючи й аналізуючи дані з різних джерел. Одна із засадничих ідей теорії полягає в тому, що медіа є каталізатором створення сенсу життя.

Згідно з теорією смислотворення, процес отримання та розуміння інформації є активним й індивідуальним. Кожна людина має власні знання, досвід і контекст, які впливають на сприйняття та інтерпретацію інформації. Теорія також стверджує, що люди зазвичай намагаються знайти сенс у тому, що вони сприймають, навіть якщо це може вимагати зміни їхніх поглядів або ставлення до навколишнього світу.

У комунікаційних дослідженнях теорія смислоутворення буває корисною для розуміння того, як люди сприймають і реагують на різні типи інформації, зокрема повідомлення та медіаконтент. Дослідники можуть використовувати теорію створення смислів для вивчення того, як люди розуміють й

інтерпретують новини, рекламні повідомлення, культурні продукти та інші види інформації. Теорія смислоутворення також може бути корисною для вивчення впливу медійних технологій на сприйняття й розуміння інформації.

Теорії організаційної комунікації. Організація в широкому розумінні являє собою сукупність формально взаємозалежних груп, які взаємодіють для досягнення спільної мети. Отже, організаційна комунікація – це створення й обмін інформацією (створення значень/сенсу та обмін значеннями) в середовищі формально взаємозалежних груп, котрі взаємодіють для досягнення спільної мети. Організаційна комунікація наявна в таких організаціях, як армія, церква, неприбуткові організації, школи та інші типи установ.

Вивчення організаційної комунікації в широкому сенсі цікавиться тим, як комунікація використовується для створення та підтримки організацій, сприяння досягненню вищих організаційних цілей, а також проектування ідентичності й мети організації на зовнішні зацікавлені сторони.

Теорія обміну між лідером і підлеглими використовується для аналізу лідерства з погляду відносин в організації. Теорія стверджує, що кожен лідер проходить через серію обмінів зі своїми підлеглими, і з часом сукупність цих обмінів визначає їхні стосунки. Це, зрештою, впливає на здатність підлеглих впливати на рішення керівництва, визначає рівень їхньої відповідальності в організації та їхній доступ до знань і ресурсів. Як наслідок, деякі підлегли мають кращі стосунки з керівником, ніж інші, і це призводить до різного розвитку внутрішньо- і зовнішньогрупових членів організації. Внутрішньогрупові члени групи мають більший доступ до знань, впливу та ресурсів.

Теорія мереж є важливим інструментом для вивчення комунікації. Вона досліджує, як зв'язки між людьми (або іншими об'єктами) впливають на різні явища й процеси, такі як обмін інформацією, передача інформації, формування думок і створення коаліцій.

Із мережевої перспективи комунікацію можна розглядати як потік інформації через мережу зв'язків між людьми. Мережева теорія допомагає розкрити структуру цієї мережі та визначити ключові вузли, які впливають на потік інформації й комунікації.

Застосування мережевої теорії в комунікаційних дослідженнях може включати аналіз соціальних мереж, дослідження взаємодії між різними медіа та платформами, вивчення взаємодії між користувачами й розуміння ролі інфлюенсерів у формуванні думок і переконань. Отже, теорія мереж є корисним інструментом для розуміння того, як відбувається комунікація в мережах людських зв'язків і як ці мережі можна вдосконалити для забезпечення більш ефективної комунікації та обміну інформацією.

Теорія організаційного контролю вивчає, як організації контролюють поведінку своїх працівників і як це впливає на їхню комунікацію. Теорія розглядає п'ять способів контролю: простий контроль (працівники повинні робити те, що їм наказано); технічний контроль (наприклад, ІТ-відділ блокує

доступ до Facebook); бюрократичний контроль (через формальні правила); культурний контроль (через спільні практики/цінності/переконання); і спільний контроль (заснований на міжособистісних відносинах та командних цінностях).

Теорія може бути використана для дослідження того, які механізми контролю організації використовують для впливу на комунікацію зі співробітниками, які форми комунікації є найбільш ефективними за різних механізмів контролю і які чинники впливають на сприйняття співробітниками механізмів контролю й комунікації.

Теорія структури – одна з найважливіших теорій у дослідженні комунікацій, яка вивчає, що взаємодіють структура організації та комунікаційна поведінка її членів.

Теорія структуризації може бути застосована для вивчення того, які форми структури в організації впливають на комунікаційну поведінку працівників, які типи комунікації є найбільш ефективними за різних форм структури та які чинники впливають на сприйняття структури працівниками і їхню комунікаційну поведінку.

Одним із прикладів застосування теорії структуризації в дослідженнях комунікацій є аналіз зв'язку між формою організаційної структури та її комунікаційною ефективністю. Дослідження можуть вивчати, які форми структури (функціональна, департаментська, матрична тощо) є найефективнішими для різних типів комунікації (вертикальної, горизонтальної тощо) і як сприйняття структури впливає на ефективність комунікації й задоволеність працівників роботою.

Теорія організаційної культури в комунікаційістиці вивчає взаємозв'язок між культурою організації та комунікацією її членів. Організаційна культура визначається як набір спільних цінностей, переконань, традицій, ритуалів і норм, які формуються й підтримуються в організації з плином часу. Комунікація в організації залежить від її культури.

Теорія організаційної культури описує, як культура організації впливає на те, як сприймається, розуміється та інтерпретується комунікація в організації. Вона досліджує вплив культурних чинників на ефективність комунікації, прийняття рішень, відносини між працівниками тощо. Теорія також досліджує роль лідерства й комунікації у формуванні та підтримці культури організації. Лідерство та комунікації можуть бути використані для сприяння розвитку й зміни культури організації, а також для забезпечення згоди працівників із загальними цінностями та нормами організації.

Теорії політичних комунікацій. Політичну комунікацію (у її найпростішій формі) можна визначити як роль комунікації в політичному процесі, як «постійну розмову» між політичними акторами.

Політична комунікація відбувається через опосередковані форми спілкування, що надає дослідникам комунікації сприятливу відправну точку для вивчення повідомлень, способів і наслідків комунікації в політичній сфері. Дослідження політичних комунікацій зазвичай класифікують за окремими темами, кожна з яких має власні теорії та методи:

- медіадослідження;
- політичні комунікації;
- комунікація з акторами чи інституціями.

1. Теорії – політична комунікація та медіа.

Ця група теорій включає вже згадані теорії формування порядку денного, фреймінгу та праймінгу.

2. Теорії – політична комунікація та методи комунікації.

Більшість негативних конотацій, пов'язаних з політичною комунікацією, походять саме зі сфери політичної комунікації. Найяскравішим прикладом цього явища є вибори:

– Політична реклама.

Більшість наукових досліджень політичної реклами зосереджені на телевізійній рекламі. Раніше науковці вивчали політичні плакати, брошури, рекламу в журналах і радіорекламу. Крізь призму комунікації вивчаються меседжі, аргументативна стратегія та її ефективність, охоплення аудиторії;

– передвиборчі дебати (виступи політичних лідерів).

Політичні дебати – один з основних способів, за допомогою якого громадяни «чують» політичні повідомлення. Дослідники, які вивчали доелектронні дебати, поклалися на іноді дуже неточні або й упереджені стенограми дебатів або не менш упереджене висвітлення події в пресі й намагаються точно відобразити меседжі або аргументи кандидатів. Із часу телевізійних президентських дебатів науковці вивчають поєднання стилю, способів подачі, зовнішнього вигляду кандидатів і змісту повідомлень. Із появою багатьох кандидатів стали більше покладатися на модель «коротких тез» і дослідники зосередилися на стратегіях обміну повідомленнями та даних опитувань про те, хто «виграв» дебати;

– соціальні медіа.

Соціальні медіа відіграють дедалі важливішу роль у політичній комунікації. Наприклад, багато дослідників указують на успіх президентської кампанії Барака Обами у 2008 р. як на початок політичної комунікації через соціальні медіа, оскільки його обрання довело невід'ємну силу соціальних медіа як інструменту комунікації. Іншим прикладом є російське втручання в президентські вибори в США 2016 р. Це втручання було значною мірою дезінформаційною кампанією через соціальні мережі.

3. Теорії – політична комунікація владних структур:

– комунікація на президентських виборах.

Тут основну увагу приділяють тому, як президенти використовують комунікацію для впливу на велику кількість акторів політичної системи. Цілі досліджень варіюються від комунікаційних ефектів до аналізу даних про довіру до президента;

– парламентська комунікація.

Фокусується на тому, як парламентарі використовують комунікацію для впливу на інших акторів політичної системи (а також на президента);

– комунікація з громадянами/комунікація з громадськими рухами.

Дослідники комунікації з громадянами (або комунікації з громадськими рухами) зазвичай вивчають громадські рухи та протести, простежуючи комунікаційні стратегії в часі й в історичному, соціальному та політичному контекстах.

Теорії риторичних досліджень (риторична критика). Риторика – це спосіб змінювати реальність не прямим застосуванням енергії до об'єктів, а за допомогою створення дискурсу, який змінює реальність за посередництва думки та дії. Основна функція риторики – використання слів людськими суб'єктами для формування ставлення або спонукання до дій інших людських суб'єктів (застосування мови у всіх її формах: словесній, візуальній, жестикуляційній, – для передачі сенсу й переконання інших у певних ідеях, способах дій або реальності). Риторика вивчає способи, за допомогою яких люди використовують символи з переконливою, політичною та часто репресивною метою.

Теорії критичної риторики – це один із підходів до вивчення комунікації, який зосереджується на аналізі риторичних прийомів, що застосовуються для маніпулювання громадською думкою й формування соціальної реальності.

Однією з основних теорій критичної риторики є теорія фреймів, котра стверджує, що риторичні прийоми використовуються для створення фреймів і формування інтерпретацій соціальної реальності. Ця теорія розглядає риторичні прийоми як спосіб впливу на думки та поведінку людей, а також на культурні й політичні системи.

Ще однією теорією критичної риторики є теорія культурної пропаганди, яка зосереджується на аналізі риторичних прийомів, що використовуються для формування культурних норм і цінностей. Ця теорія стверджує, що риторичні прийоми можуть бути використані для підтримки певних соціальних чи політичних ідеологій, а також для впливу на думки й поведінку людей.

Теорії критичної риторики також зосереджуються на аналізі владних структур та їх впливу на громадську думку. Вони розглядають риторичні прийоми як інструменти влади та підтримки статус-кво, а також як засіб боротьби з владними структурами та формування альтернативних ідей і поглядів. Усі ці теорії спрямовані на аналіз взаємодії між риторичними прийомами й громадською думкою.

Наративна критика – це підхід до вивчення комунікації, який зосереджується на аналізі наративів, тобто історій про певні події, що можуть бути відтворені в різних форматах, таких як телевізійні програми, фільми, книги, новини тощо. Наративна критика досліджує, які наративи популярні серед аудиторії та як вони впливають на її думки й переконання.

Наративна критика дає змогу дослідникам зрозуміти, як наративи застосовуються для впливу на громадську думку та поведінку, як вони відображають певні цінності й ідеології, і як вони можуть впливати на сприйняття та поведінку глядачів.

Метафорична критика – це підхід до аналізу комунікації, який фокусується на використанні метафор у мовленні та їх впливі на сприйняття й

поведінку аудиторії. Метафора – це засіб вираження для відображення складних понять та ідей за допомогою аналогій із простішими або більш звичними речами.

Жанрова критика – це підхід у комунікаційістиці, що зосереджується на вивченні жанрів у мовленні та їх впливі на сприйняття й поведінку аудиторії. Жанр – це форма мовлення, котра має певну структуру, стиль і функцію в мовленнєвому акті.

Жанрова критика вивчає, які жанри застосовуються в різних видах комунікації, таких як політична промова, мас-медіа, реклама та наукові дослідження. Жанрова критика може допомогти дослідникам зрозуміти, які жанри є більш ефективними для досягнення певних цілей і які елементи жанрів можуть викликати певні емоції та асоціації в аудиторії.

Риторика соціальних рухів – це підхід до вивчення комунікації, що зосереджується на тому, як лідери й учасники соціальних рухів застосовують мовленнєві стратегії та техніки для впливу на свою аудиторію й досягнення своїх цілей.

Риторика соціальних рухів може вивчати різні аспекти комунікації, такі як мовні стратегії та техніки, що використовуються для підвищення обізнаності про проблему, мобілізації громадськості, створення образу ворога й інші мовні стратегії, які допомагають досягти цілей руху.

Матеріальна риторика – це підхід до вивчення комунікації, що зосереджується на аналізі ролі матеріальних об'єктів у комунікаційних процесах. Це означає, що матеріальні об'єкти, такі як предмети, машини, технології, архітектура тощо, розглядаються як активні учасники комунікаційних процесів.

Матеріальна риторика вивчає, як матеріальні об'єкти впливають на сприйняття й інтерпретацію комунікації, а також як самі об'єкти можуть бути використані як засіб комунікації. Наприклад, вивчення матеріальної риторики може включати аналіз дизайну продукту, що може впливати на сприйняття й оцінку продукту споживачем, або аналіз архітектури будівлі, яка може створювати певний настрій або передавати певні смисли.

Матеріальна риторика може також включати вивчення медіатехнологій та їх впливу на комунікацію. Наприклад, вона може аналізувати, як такі технології, як інтернет, соціальні мережі, мобільні телефони тощо, впливають на сприйняття й інтерпретацію інформації.

Риторика публічної пам'яті – це підхід до комунікаційних студій, що зосереджується на тому, як публічні промови, твори мистецтва, пам'ятні знаки та інші форми публічної комунікації формують і підтримують колективну пам'ять про певні події, осіб і культурні норми.

Вивчення риторики публічної пам'яті може включати аналіз різних жанрів публічної комунікації, таких як промови, меморіали, пісні тощо, а також дослідження того, які елементи цих жанрів допомагають формувати й підтримувати колективну пам'ять.

Риторика публічної пам'яті також уключає вивчення процесів забування та пригадування, які відбуваються в колективній пам'яті. Дослідження можуть уключати аналіз того, як інформація про події втрачається з часом або як інформація про події переосмислюється й переформулюється відповідно до мінливого культурного сприйняття.

Риторика публічної пам'яті є важливим підходом у комунікаційних студіях, оскільки дає змогу зрозуміти, які процеси формують колективну свідомість і які механізми використовуються для створення та підтримки спільної пам'яті. Він може бути корисним у вивченні історії, політики, культури й інших аспектів людського життя, де колективна пам'ять є важливим елементом ідентичності та культурної спадщини.

Теорія міжкультурної комунікації. Культура – це система спільних цінностей, вірувань, норм поведінки, традицій, мистецтва та інших проявів людської духовності, які поділяє група людей, котрі проживають на певній території або мають спільні інтереси й цінності. Вона є важливим аспектом життя людей і формує їх сприйняття світу та людських взаємин. Культура може бути національною, релігійною, етнічною, регіональною чи глобальною, вона постійно розвивається й змінюється відповідно до змін часу, історії та технологій. Культура також може відігравати важливу роль у формуванні ідентичності й спільноти між групами людей.

Міжкультурна комунікація – це процес, за допомогою якого відбувається обмін значеннями та повідомленнями між культурами і їх інтерпретація. Вивчення міжкультурної комунікації зосереджується на тому, як відмінності в культурних символах, цінностях і поведінці впливають на комунікаційну взаємодію між культурами.

Теорія соціальної ідентичності є однією з ключових теорій у дослідженнях комунікації. Вона стверджує, що люди формують свою ідентичність через приналежність до групи, із якою вони себе ідентифікують, і ця ідентичність впливає на їхню поведінку та сприйняття світу.

Згідно з цією теорією, люди усвідомлюють себе частиною певної групи (наприклад нації, релігійної спільноти, соціального класу тощо), і ця ідентичність формує їхнє сприйняття світу, цінності та переконання. Люди постійно порівнюють свою групу з іншими групами, визначаючи, що робить їхню групу унікальною й відмінною від інших. Цей процес порівняння може призвести до посилення внутрішньої групової згуртованості, але також може призвести до конфлікту з іншими групами.

Теорія соціальної ідентичності має важливе значення для комунікаційних досліджень. Наприклад, можна вивчати, як ідентичність із певною групою впливає на сприйняття повідомлень, реклами та інших комунікацій. Також можна дослідити, які чинники впливають на формування групової ідентичності й що можна використати для її зміни.

Теорія міжкультурної адаптації – це теорія в галузі міжкультурної комунікації, котра досліджує, як люди з різних культур взаємодіють з іншими

культурами та адаптуються до них. Теорія була розроблена Юнгом Кімом у 1970-х роках.

Згідно з цією теорією, люди, які потрапляють у нове культурне середовище, проходять чотири стадії адаптації: ейфорію, культурний шок, поступову адаптацію та повну адаптацію. Кожна з цих стадій має свої особливості й вимоги до комунікації. Наприклад, на етапі культурного шоку людина може відчувати страх, незручність і невпевненість, тому може потребувати особливих комунікаційних стратегій, які допоможуть зменшити стрес і сприятимуть взаєморозумінню.

Теорія міжкультурної адаптації важлива для комунікаційних досліджень, оскільки комунікація є ключовим аспектом адаптації до нового культурного середовища. Дослідники можуть вивчати, які комунікаційні стратегії є ефективними на різних етапах адаптації, які мовні й культурні бар'єри можуть впливати на комунікацію і як їх можна подолати. Вони також можуть дослідити, які чинники можуть сприяти або перешкоджати успішній міжкультурній комунікації, такі як стереотипи, культурний контекст, культурні норми тощо.

Культурні виміри Хофстеде – це теорія, яка припускає, що культурні відмінності між країнами можна пояснити, порівнюючи рівень вираженості п'яти культурних вимірів: індивідуалізм-колективізм, дистанція влади, уникнення двозначності, чутливість до статусу та орієнтація в часі.

У комунікаційних дослідженнях культурні виміри Хофстеде використовуються для аналізу впливу культурних чинників на комунікаційні процеси. Наприклад, дослідження з використанням культурних вимірів Хофстеде засвідчили, що країни з високим рівнем колективізму, такі як Китай, відрізняються від країн з високим рівнем індивідуалізму, таких як США, у способах комунікації та особливостях вирішення конфліктів.

Крім того, культурні виміри Хофстеде допомагають дослідникам зрозуміти, як культурні відмінності впливають на комунікацію в різних контекстах, таких як міжнародний бізнес, міжкультурна співпраця, політика й глобальна комунікація. Отже, знання культурних вимірів Хофстеде може допомогти вдосконалити комунікаційні стратегії в різних культурних середовищах і зменшити ризик невдач у міжкультурних відносинах.

Теорія лінгвістичної відносності, також відома як гіпотеза Сапіра-Уорфа, стверджує, що мова, якою ми користуємося, визначає те, як ми думаємо й сприймаємо світ. Згідно з цією теорією, наші мовні структури та категорії обмежують і формують нашу здатність сприймати й розуміти світ.

У дослідженнях комунікації теорію лінгвістичної відносності можна використовувати для аналізу того, як мова впливає на процеси комунікації та сприйняття інформації. Наприклад, дослідники можуть визначити, як культурні особливості, відображені в мові, впливають на те, як інформація сприймається та інтерпретується в різних культурах.

Крім того, мова може впливати на те, як ми розуміємо культурні норми й соціальні практики. Наприклад, якщо мова містить специфічні дієслова, що

описують певну дію, то це може свідчити про те, що ця дія є важливою та часто вживаною в культурі, яка використовує цю мову. Отже, мова може впливати на сприйняття культурних цінностей і практик.

Критична расова теорія – одна з ключових теорій у комунікаційних студіях, яка фокусується на ролі раси та расових стереотипів у сприйнятті й взаємодії людей. Теорія досліджує, як расові стереотипи та владні структури впливають на комунікацію й сприйняття і як ці структури можна змінити.

Основні концепції, що покладені в основу критичної расової теорії, полягають у розумінні раси як соціального конструкту, а не біологічної категорії; визнанні систематичної та інституційної дискримінації за ознакою раси; розумінні влади як чогось, що залежить від контексту й культурного середовища; і прагненні змінити соціальні структури, які породжують расову нерівність.

У контексті комунікаційних студій критична расова теорія вивчає взаємодію між расовими групами та індивідами, що відбувається через медіа, культурні продукти й інші канали комунікації. Вона аналізує, як певні расові групи чи індивіди представлені в медіа, як расові стереотипи впливають на сприйняття та взаємодію людей і як ці процеси можна змінити на краще. Критична расова теорія також розглядає інші культурні й соціальні чинники, що впливають на сприйняття та комунікацію, такі як клас, гендер, сексуальна орієнтація та інші.

Ко-культурна теорія – це теоретичний підхід до дослідження комунікації, який зосереджується на тому, як представники культур меншин взаємодіють із домінуючими культурами в ширшому соціальному контексті. Теорія виникла в 1990-х роках як реакція на той факт, що традиційні теорії масової комунікації іноді недостатньо враховують різні культурні контексти та перспективи.

Згідно з теорією, люди з культурних меншин (наприклад етнічні меншини, жінки, геї, лесбійки, бісексуали тощо) повинні використовувати спеціальні комунікаційні стратегії, щоб ефективно спілкуватися з представниками домінуючої культури. Наприклад, ці стратегії можуть включати адаптацію до немовних форм спілкування (наприклад невербальні сигнали), застосування кодування (наприклад використання спеціальних слів або мовних нюансів) тощо. Крім того, ко-культурна теорія підкреслює, що люди з культурних меншин мають різні ролі та інтереси і що ці відмінності потрібно враховувати під час спілкування з ними. Наприклад, жінки можуть застосовувати різні комунікаційні стратегії залежно від того, із ким вони спілкуються (чоловіками чи жінками), їхньої професії та інших факторів.

Ко-культурна теорія в дослідженнях комунікації ґрунтується на розумінні взаємозв'язку між культурою й комунікацією. Ця теорія підкреслює, що кожна культура має свої унікальні характеристики, які впливають на те, як сприймається та використовується комунікація.

Зокрема, існує певний набір «культурних кодів» – специфічних знань, навичок і цінностей, які ця культура сприймає як норму взаємодії. Кожна людина, що належить до певної культури, засвоює ці культурні коди й

застосовує їх у своїй комунікації. Однак люди з різних культур можуть мати різні культурні коди, що може призвести до непорозумінь і конфліктів у спілкуванні. Ко-культурна теорія підкреслює, що для ефективної комунікації між представниками різних культур потрібно знати та розуміти культурні коди кожної культури й вміти адаптувати свою комунікацію до потреб та очікувань інших культур.

Дослідження, засновані на теорії міжкультурної взаємодії, зазвичай зосереджені на тому, як культурні відмінності впливають на комунікацію й взаємодію між різними культурами. Дослідження можуть стосуватися того, як різні культури сприймають та інтерпретують певні інструменти комунікації (наприклад, жести, міміку, мову).

Європейські цінності – наріжний камінь функціонування й розширення Європейського Союзу

Наталія КАРПЧУК

Поняття «європейські цінності», їх особливості

Цінності – це переконання й ідеї про те, яким чином усе в житті повинно відбуватися. Цінності надихають людину таким чином, що вона прагне отримати або досягти їх реалізації. Кожна людина вважає власні цінності важливішими за цінності інших. Інакше кажучи, цінності – це дещо на кшталт етичного заклик до дії¹⁸⁷.

Цінності володіють певними властивостями, зокрема¹⁸⁸:

1) вони глибоко занурені в культуру; є ментальними уявленнями про те, що варто оцінити, а не про факти природи; вони є колективними уявленнями, які не можна зводити до індивідуальних думок, тому вони не є ні універсальними, ні об'єктивними. Вони постійно змінюються в часі та просторі;

2) завжди діють у будь-яких людських відносинах, за винятком крайніх випадків, заснованих лише на розрахунках або владі. Вони ілюструють консенсусний і конфліктний вимір соціального життя: вони об'єднують членів соціальної групи через обмін спільним аксіологічним репертуаром, але розділяють їх через різні реалізації цінностей;

3) вони не є субстанцією й лише частково пов'язані з об'єктом, котрий оцінюється. Цінність виробляється на основі суспільного договору та стверджується інституцією;

4) специфіку цінностей визначають актори, обмеження ситуації й відносини, установлені з об'єктом, який оцінюють.

¹⁸⁷ Цінності. *Глосарій*, 2020. URL: <https://vpa.org.ua/glossary/cinnosti/>

¹⁸⁸ Foret Francois, Calligaro Oriane. «European values». Challenges and opportunities for EU governance. London: Routledge, 2018. URL: https://www.researchgate.net/publication/326735918_European_values_Challenges_and_opportunities_for_EU_governance/citation/download

Цінності вважаються «найвищими» цілями, до яких варто прагнути». Поняття «цінності» тісно переплітається з поняттям «принципи», яке розуміють як «нормативні пропозиції, котрі перетворюють цінності на загальні «конституційні» стандарти політичних дій». Аналізуючи ЄС як нормативну силу, Ян Манерс визначає ієрархію між основними нормами й другорядними нормами. Мир, свобода, демократія, верховенство права та повага до прав людини є основними нормами, тоді як соціальна солідарність, антидискримінація, сталий розвиток і належне врядування є другорядними нормами¹⁸⁹. В іншій праці Меннерс описує ці норми як дев'ять «конститутивних цінностей ЄС»¹⁹⁰. Загалом, головна ідея полягає в тому, що цінність, зазвичай, має вищу нормативну «владу/авторитет» та більш загальний обсяг, але водночас є більш «розмитою», ніж принцип, який орієнтований на дію.

«Європейські цінності» – це цінності, які закріплені в договорах й утверджуються європейськими інституціями; не є еквівалентними «цінностям європейців»¹⁹¹.

Передусім, цінності ЄС ґрунтуються на Хартії основних прав ЄС¹⁹², 2000 р. (набула повної юридичної сили лише з набранням чинності Лісабонського договору 1 грудня 2009 року). Новизна Хартії в тому, що тут (на відміну від традиційного для західної доктрини прав людини поділу прав та свобод на першорядні, до яких належали, передусім, громадянські й політичні права, та «другорядні», до яких, зазвичай, додавали групу соціально-економічних прав) загалом розглядають правовий статус людини й громадянина ЄС у єдності та рівності прав і свобод, у чому одночасно проявляється також принцип єдності та недискримінації прав і свобод у його «європейському варіанті».

Зокрема, у Хартії йдеться про такі цінності:

ГІДНІСТЬ:

- людська гідність (ст. 1): людська гідність є недоторканною. Її треба поважати та захищати;
- право на життя (ст. 2): кожна людина має право на життя. Жодну людину не може бути засуджено до смертної кари або страчено;

¹⁸⁹ Manners Ian. Normative Power Europe: A Contradiction in Terms? *Journal of Common Market Studies*. 2002. 40(2). Pp. 235 – 58.

¹⁹⁰ Manners Ian. The constitutive nature of values, images and principles in the European Union. *Values and Principles in European Union Foreign Policy*, eds. Sonia Lucarelli and Ian Manners, London: Routledge, 2006. Pp. 19 – 41.

¹⁹¹ Foret Francois, Calligaro Oriane. «European values». Challenges and opportunities for EU governance, London: Routledge, 2018. URL: https://www.researchgate.net/publication/326735918_European_values_Challenges_and_opportunities_for_EU_governance

¹⁹² CHARTER OF FUNDAMENTAL RIGHTS OF THE EUROPEAN UNION, 2000. *Official Journal of the European Union*. 26.10.2012. URL: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=celex:12012P/TXT>

- право на недоторканність особистості (ст. 3): кожна людина має право на повагу до її фізичної або психічної недоторканності;

- заборона тортур та нелюдського або принизливого поводження чи покарання (ст. 4): жодна людина не може бути піддана тортурам або нелюдському чи принизливому поводженню або покаранню;

- заборона рабства та примусової праці (ст. 5): жодна людина не може утримуватись у рабстві або бути поневоленою. Від жодної людини не можна вимагати виконання примусової праці. Торгівля людьми заборонена.

СВОБОДА:

- право на свободу та безпеку (ст. 6): кожна людина має право на особисту свободу й безпеку;

- повага до приватного та сімейного життя (ст. 7): кожна людина має право на повагу до її приватного й сімейного життя, житла та спілкування;

- захист персональних даних (ст. 8): кожна людина має право на захист персональних даних щодо неї. Такі дані повинні використовуватися належним чином для визначених цілей та на підставі особистої згоди або інших обґрунтованих підставах, установлених законом. Кожна людина має право на доступ до даних, зібраних щодо неї, право на виправлення в них помилок;

- право на шлюб та право на створення сім'ї (ст. 9): право на шлюб і право на створення сім'ї повинні бути гарантовані відповідно до національного законодавства, що регулює користування цими правами;

- свобода думки, совісті та релігії (ст. 10): це право включає свободу змінювати релігію або переконання й свободу сповідувати релігію або переконання як індивідуально, так і спільно з іншими. Визнається право на відмову від військової служби за переконаннями совісті відповідно до національного законодавства;

- свобода вираження поглядів та свобода інформації (ст. 11): це право включає свободу дотримуватися своїх поглядів, отримувати та розповсюджувати інформацію й ідеї без будь-якого втручання державних органів і незалежно від державних кордонів. Дотримуються свобода та плюралізм засобів масової інформації;

- свобода зібрань і свобода об'єднання (ст. 12): кожна людина має право на свободу мирних зібрань та свободу об'єднань на будь-яких рівнях, зокрема у сфері політичної діяльності, професійних спілок і громадянського суспільства, звідки впливає право кожної людини створювати та приєднуватися до професійних спілок для захисту своїх інтересів. Політичні партії на рівні Союзу сприяють вираженню політичної волі громадян Союзу;

- свобода мистецтва та науки (ст. 13): мистецтво й наукові дослідження є вільними від обмежень. Забезпечується академічна свобода;

- право на освіту (ст. 14): кожна людина має право на освіту та доступ до професійної підготовки й підвищення кваліфікації. Це право включає можливість безкоштовного отримання обов'язкової освіти. Свобода засновувати навчальні заклади з належним дотриманням демократичних принципів, а також право батьків забезпечувати своїм дітям освіту й навчання

відповідно до їх міжрелігійних, філософських та педагогічних переконань забезпечується згідно з національним законодавством;

- свобода вибору професії й право на працю (ст. 15): кожна людина має право на працю та вільний вибір роботи. <...> має свободу шукати роботу, працювати й користуватися правом стати суб'єктом підприємницької діяльності та надавати послуги в будь-якій державі-члені. Громадяни третіх країн, котрі мають дозвіл на роботу на території держав-членів, мають право на умови праці, еквівалентні тим, які мають громадяни Союзу;

- свобода підприємництва (ст. 16): забезпечується свобода підприємництва відповідно до права Союзу та національного законодавства й практики;

- право власності (ст. 17): кожна людина має право володіти, користуватися, розпоряджатися й заповідати своє законно придбане майно. Жодна людина не може бути позбавлена своєї власності, окрім як в інтересах суспільства та у випадках і на умовах, визначених законом, за умови справедливої й своєчасної компенсації за її втрату. Інтелектуальна власність охороняється;

- право на притулок (ст. 18): гарантується відповідно до положень Женевської конвенції від 28 липня 1951 р. та Протоколу від 31 січня 1967 р. щодо статусу біженців і відповідно до Договору про функціонування Європейського Союзу;

- захист у випадку переміщення, видворення або екстрадиції (ст. 19): колективне видворення забороняється. Жодну особу не можна перемістити, видворити або екстрадувати до держави, де існує серйозний ризик того, що її буде піддано смертній карі, тортурам або іншому нелюдському чи принизливому поводженню або покаранню.

РІВНІСТЬ:

- рівність перед законом (ст. 20): усі люди рівні перед законом;

- недопущення дискримінації (ст. 21): забороняється будь-яка дискримінація за будь-якою ознакою, зокрема такою, як стать, раса, колір шкіри, етнічне або соціальне положення, генетичні характеристики, мова, релігія чи переконання, політичні або будь-які інші погляди, приналежність до національної меншини, майновий стан, народження, непрацездатність, вік або сексуальна орієнтація;

- культурне, релігійне та мовне різноманіття (ст. 22): Союз поважає культурне, релігійне й мовне різноманіття.

- рівноправність жінок і чоловіків (ст. 23): Рівноправність жінок та чоловіків має забезпечуватись у всіх сферах, зокрема у сфері зайнятості, роботи та оплати праці;

- права дитини (ст. 24): діти мають право на такий захист і турботу, які необхідні для їх благополуччя. Вони можуть вільно висловлювати свої думки. Такі думки беруться до уваги в тих питаннях, які стосуються дітей залежно від їх віку та зрілості.<...> Кожна дитина має право підтримувати на регулярній основі особисті стосунки й прямий контакт з обома батьками, якщо тільки це не суперечить її інтересам;

•права людей похилого віку (с. 25): Союз визнає та поважає право людей похилого віку вести гідне й незалежне життя та брати участь у соціальному й культурному житті;

•інтеграція інвалідів (ст. 26): Союз визнає та поважає право інвалідів отримувати для себе переваги із заходів, покликаних забезпечити їхню самостійність, соціальну й професійну інтеграцію, а також участь у житті суспільства.

СОЛІДАРНІСТЬ:

- право робітників на інформацію та консультації в межах підприємства;
- право на колективні переговори й дії;
- право доступу до послуг працевлаштування;
- захист у разі невинуватого звільнення;
- справедливі умови праці;
- заборона дитячої праці та захист молоді на роботі;
- сімейне й професійне життя;
- соціальне забезпечення та соціальна допомога;
- охорона здоров'я;
- доступ до послуг загального економічного значення;
- охорона навколишнього середовища;
- захист споживачів.

ПРАВА ГРОМАДЯН:

- право голосувати та бути кандидатом на виборах до Європарламенту;
- право голосувати й бути кандидатом на місцевих виборах;
- право на якісне управління;
- право доступу до документів;
- Європейський омбудсмен;
- право на звернення (право подати петицію до Європейського парламенту);
- свобода пересування та проживання;
- дипломатичний і консульський захист.

СПРАВЕДЛИВІСТЬ:

- право на ефективний засіб правового захисту та на справедливий судовий розгляд;
- презумпція невинуватості й право на захист;
- принципи законності та пропорційності кримінальних правопорушень і покарань;
- право не бути засудженим або двічі покараним у кримінальному провадженні за одне й те саме кримінальне правопорушення.

Цінності ЄС також визначені в ст. 2 Лісабонської угоди¹⁹³, 2009 р.:

¹⁹³ CONSOLIDATED VERSIONS OF THE TREATY ON EUROPEAN UNION AND THE TREATY ON THE FUNCTIONING OF THE EUROPEAN UNION. *Official Journal of the European Union*, 07.06.2016. URL: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/HTML/?uri=CELEX:12016ME/TXT&from=EN>

«Союз ґрунтується на цінностях поваги до людської гідності, свободи, демократії, рівності, верховенства права та поваги до прав людини, включаючи права осіб, які належать до меншин. Ці цінності є спільними для держав-членів у суспільстві, в якому панують плюралізм, недискримінація, толерантність, справедливість, солідарність і рівність між жінками та чоловіками».

Детальніше ці основоположні цінності ЄС тлумачать так¹⁹⁴:

людська гідність: гідність людини недоторкана. Її потрібно поважати, захищати й вона становить реальну основу основних прав;

свобода: свобода пересування дає громадянам право вільно пересуватися та проживати в межах Союзу. Такі індивідуальні свободи, як повага до приватного життя, свобода думки, релігії, зібрань, вираження поглядів та інформації, захищені Хартією ЄС про основні права;

демократія: функціонування ЄС ґрунтується на представницькій демократії. Європейський громадянин автоматично користується політичними правами. Кожен повнолітній громадянин ЄС має право висуватися кандидатом і голосувати на виборах до Європейського парламенту. Громадяни ЄС мають право балотуватися та голосувати в країні свого проживання або в країні свого походження;

рівність: рівність – це рівні права всіх громадян перед законом. Принцип рівності між жінками та чоловіками покладено в основу всієї європейської політики і є основою європейської інтеграції. Це стосується всіх сфер. Принцип рівної оплати за рівну працю став частиною Римської угоди 1957 р.;

верховенство права: ЄС заснований на верховенстві права. Усе, що робить ЄС, ґрунтується на договорах, добровільно та демократично погоджених його державами-членами. Закон і справедливість підтримується незалежною судовою системою. Країни ЄС надали остаточну юрисдикцію Європейському суду – його рішення мають поважати всі;

права людини: права людини захищені Хартією ЄС про основні права. Вони охоплюють право бути вільним від дискримінації за ознакою статі, расового чи етнічного походження, релігії чи переконань, повносправності, віку чи сексуальної орієнтації, право на захист особистих даних і право на доступ до правосуддя.

Ці цінності об'єднують усі держави-члени – жодна держава, яка не визнає цих цінностей, не може належати до Союзу.

Головною метою Європейського Союзу є захист цих цінностей у Європі та сприяння миру й добробуту громадян. Європейський парламент прагне забезпечити втілення цих цінностей у законодавстві ЄС.

Країни-члени ЄС плюралістичні: ніхто не може бути дискримінований; натомість люди та представники влади повинні поважати інших і бути толерантними; із кожним треба поводитися справедливо; права меншин повинні поважати; пропагується рівність між чоловіками й жінками;

¹⁹⁴ Aims and Values, *European Union*, 2022. URL: https://european-union.europa.eu/principles-countries-history/principles-and-values/aims-and-values_en

відповідальність має бути спільною. Європейський Союз працює над соціальною рівністю, розвиває соціальну безпеку та намагається захистити найслабших і запобігати соціальному відчуженню та дискримінації.

Сьогодні цінності ЄС постають як особливий соціально-правовий феномен, що характеризується (унаслідок своєї специфіки) комплексом особливих ознак, основними з яких є такі¹⁹⁵:

1. Належачи до групи «західних цінностей», феномен «європейські цінності» є доробком і надбанням окремих європейських держав. Ці цінності є концептуальним, цивілізаційним ідентифікатором «європейської ідентичності», яку пов'язують із державами-членами ЄС (формально, є субрегіональними цінностями). Зокрема, ще у 2011 р. тогочасний голова Європейської ради Г. А. ван Ромпей констатував, що «європейські кордони, по суті, устанавлюються цінностями, нашими переконаннями». Потрібно згадати, що у світі існують «цінності арабського світу», «цінності США» тощо. При цьому, хоча «європейські цінності» входять так само, як і «цінності США», до групи так званих «західних цінностей», то вони мають суттєві концептуальні відмінності. Зокрема, європейські цінності є «більш рефлексивними, колективними (communal) та етичними»: 1) «європейські цінності» стосуються лише країн-членів ЄС і безпеліційно повинні сприйматися тими державами, що мають євроінтеграційні прагнення; 2) Європу географічно становлять держави, для яких ті чи інші «європейські цінності» є неорганічними (наприклад Білорусь, Боснія, Росія, Туреччина) чи не всі такі цінності для них є дійсно засадничими (сприймаються як основа для поведінки суб'єктів публічної адміністрації; 3) не всі держави-члени ЄС дійсно керуються всіма «європейськими цінностями», а також не однаково тлумачать їх рамки тощо.

2. Феномен «європейські цінності» поступово поширюється на всю Європу та окремі держави інших частин світу, перетворюючись в універсальний здобуток західної людської цивілізації: 1) відбувається поширення європейських цінностей на держави, що не належать до Європи (зазвичай, це треті держави, що тісно взаємодіють із ЄС або ж паралельно прямують тим же цивілізаційним напрямом); 2) низка цінностей Союзу існували в державах різних континентів ще до створення Євросоюзу. При цьому потрібно враховувати те, що частина європейських цінностей, «флагманом» яких став ЄС (верховенство права, людиноцентризм, справедливість і рівність тощо) 1) мають універсальну природу, адже походять з іудо-християнського світогляду, греко-римської цивілізації або ж із природного відчуття «гармонійної взаємодії в суспільстві»; 2) імплементовані в національні правові системи в результаті нормотворчої діяльності міжнародних урядових організацій (наприклад ООН). Між тим назва комплексу певних

¹⁹⁵ Гладкий Вячеслав. Основні ознаки європейських цінностей. Ціннісно-орієнтований підхід в освіті і виклики євроінтеграції. *Ціннісно-орієнтований підхід в освіті і виклики євроінтеграції*: матеріали II Міжнар. наук.-метод. конф. (Суми, 28 – 29 травня 2021 р.) / ред. кол.: В. М. Завгородня, А. М. Куліш та ін. Суми: Сумський держ. ун-т, 2021. С. 45 – 46. URL: https://openarchive.nure.ua/bitstream/document/17381/1/HladkyV_EU_ValuesRG.pdf

засадничих ідей «європейські цінності» означає перелік фундаментальних засад, які є невід’ємними й можуть використовуватися лише сукупно. У цьому сенсі відмова певних держав-членів ЄС від окремих цінностей Союзу ставить під сумнів як їх європейськість, так і дійсність існування відповідного об’єднання держав зі спільними цінностями.

3. «Європейські цінності» є «стандартами», «принципами», крізь призму яких може належно існувати ЄС, досягаючи мети свого створення та функціонування. Потрібно звернути увагу на те, що провідний австрійський науковець проф. Г. Н. Тоггенберг (Gabriel N. Toggenburg), розглядаючи європейські цінності саме як принципи, зауважує, що в цьому сенсі відповідні принципи «не тільки виражають загальне переконання Союзу, але й створюють видимі правові бар’єри для вторинного права ЄС, а також для законодавчих й адміністративних дій держав-членів у сфері дії права ЄС»¹⁹⁶.

4. Мета європейських цінностей – окреслення конкретного комплексу фундаментальних ідей, що становлять сучасну цивілізаційну парадигму Європи, у рамках якого об’єктивується конструктивна (зокрема така, що уможлиблює належне функціонування Євросоюзу) взаємодія: 1) держав-членів між собою; 2) держав-членів із наднаціональними органами ЄС; 3) держав-членів із третіми державами (міжнародними організаціями); 4) наднаціональних органів ЄС між собою; 5) наднаціональних органів ЄС із третіми державами (міжнародними організаціями).

5. Європейські цінності виконують комплекс завдань, зокрема: 1) створення сприятливих (конструктивних) умов для гармонійної взаємодії держав-членів Союзу, сталого розвитку народів цих держав і ЄС загалом (із огляду на це, жодна дія окремої держави-члена не може ставити під сумнів актуальний «світогляд» ЄС, не шкодить репутації й авторитету цієї спільноти держав); 2) створення концептуальних рамок для ідентифікації держави як такої, що відповідає «світобаченню» ЄС; 3) уможливлення оцінки діянь держави як таких, що відповідають меті створення та функціонування ЄС, зокрема стосовно: а) нормативності дії чи бездіяльності держав-членів під час контрольної діяльності наднаціональних органів ЄС і вироблення стратегії щодо впливу на державу-порушника відповідних цінностей; б) цивілізаційної відповідності третіх держав, що мають та бажають задовольнити власні євроінтеграційні прагнення.

6. Нормативною базою європейських цінностей є первинне законодавство ЄС (переважно, це Договір про ЄС, Хартія ЄС про основні права), у міжнародно-правових документах Ради Європи й частково (для конкретизації, тлумачення) вторинне право Союзу¹⁹⁷.

¹⁹⁶ Toggenburg Gabriel N. The Debate on European Values and the Case of Cultural Diversity. *European Diversity and Autonomy Papers*. 2004. № 1. 24 p. URL: http://aei.pitt.edu/6158/1/2004_edap01.pdf

¹⁹⁷ Гладкий Вячеслав. Основні ознаки європейських цінностей. Ціннісно-орієнтований підхід в освіті і виклики євроінтеграції. *Ціннісно-орієнтований підхід в освіті і виклики євроінтеграції: матер. II Міжнар. наук.-метод. конф. (Суми, 28-29 травня 2021 р.)* / ред.

Опитування Євробарометра¹⁹⁸ (листопад-грудень 2010 р.) засвідчило таке: на першому місці серед ідеалів для опитуваних у 27 країнах ЄС виявилися права людини (37 %), потім у списку – мир (35 %), демократія (34 %), верховенство закону (22 %), повага до інших культур (17 %), солідарність (15 %), повага до життя людини (14 %), рівність (13 %), особиста свобода (11 %), толерантність (10 %), самовираження (4 %), і на останньому місці у переліку цінностей – релігія, яка виявилася важливою для 3 % опитаних. Щоправда, 5 % респондентів не знали, що відповісти на запитання, чи можливо вважали, що європейських цінностей не існує¹⁹⁹.

Недотримання «європейських цінностей». Виклики «європейським цінностям»

Усі держави-члени ЄС засвідчили своїми підписами під договором про ЄС свою відданість захисту людської гідності, свободи, демократії, рівності, верховенства права та прав людини. Якщо ці цінності опиняються під загрозою в одній із країн-членів, то інші країни мають можливість ініціювати процедуру, яка може, урешті-решт, призвести навіть до позбавлення країни-порушниці права голосу в Раді ЄС. Якщо держава-член порушує цінності, то застосовують статтю 7 Договору про заснування ЄС²⁰⁰

Ось як проходить ця процедура²⁰¹:

перший рівень: попередження.

Єврокомісія, Європарламент або третина країн-членів мають право ініціювати розгляд ситуації в одній із держав-членів на засіданні Європейської ради. Ця країна-«порушниця» має можливість представити свій погляд на ситуацію перед Європейською радою (зібранням глав держав та урядів країн ЄС), президентом Європейської ради та головою Єврокомісії.

Потім Європейська рада проводить голосування, щоб визначити, чи є в згаданій країні «чіткий ризик серйозного порушення» фундаментальних

колегія : В.М. Завгородня, А.М. Куліш, та ін. Суми : Сумський державний університет, 2021, с. 45-46, https://openarchive.nure.ua/bitstream/document/17381/1/HladkyV_EU_ValuesRG.pdf

¹⁹⁸ Parlemeter, 2010, *Eurobarometer*, February 2011, <https://europa.eu/eurobarometer/surveys/detail/2408>

¹⁹⁹ Цюпин Богдан. Європейські цінності: реальність чи міф? *Радіо Свобода*. 9 жовт. 2013. URL: <https://www.radiosvoboda.org/a/25131805.html>

²⁰⁰ CONSOLIDATED VERSION OF THE TREATY ON EUROPEAN UNION. COMMON PROVISIONS. Article 7. *Official Journal of the European Union*. 26.10.2012. URL: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=celex%3A12012M007>

²⁰¹ Ель Давід. Порушення договору про ЄС – як за це карають. *Deutsche Welle*. 13.09.2018. URL: <https://www.dw.com/uk/%D1%89%D0%BE-%D0%B7%D0%B0%D0%B3%D1%80%D0%BE%D0%B6%D1%83%D1%94-%D1%83%D0%B3%D0%BE%D1%80%D1%89%D0%B8%D0%BD%D1%96-%D1%82%D0%B0-%D0%BF%D0%BE%D0%BB%D1%8C%D1%89%D1%96-%D1%8F%D0%BA-%D0%BA%D0%B0%D1%80%D0%B0%D1%8E%D1%82%D1%8C-%D0%BF%D0%BE%D1%80%D1%83%D1%88%D0%BD%D0%B8%D0%BA%D1%96%D0%B2-%D0%B4%D0%BE%D0%B3%D0%BE%D0%B2%D0%BE%D1%80%D1%83-%D0%BF%D1%80%D0%BE-%D1%94%D1%81/a-45466308>

цінностей. Для цього потрібна більшість у чотири п'ятих усіх членів ЄС. На цій стадії Рада також дає рекомендації та регулярно перевіряє, чи не покращилася ситуація в згаданій країні;

другий рівень: дисциплінарна процедура.

Наступний рівень ескалації може ініціювати третина країн-членів ЄС або Єврокомісія. Європарламент має дати свою згоду на те, аби Європейська рада перевірила, чи йдеться про «серйозне та тривале порушення» в певній країні. Наприклад, 12 вересня 2018 р. Європарламент дав «зелене світло» на проведення дисциплінарної процедури щодо Угорщини.

Тепер справа знову повертається до Європейської ради. (Наприклад, на цьому етапі перебувала процедура щодо Польщі, яку було відкрито в грудні 2017 р. Позицію Польщі вже заслухали, і країна заявила, що й далі проводитиме свою суперечливу судову реформу). Рада може констатувати «серйозне та тривале порушення» фундаментальних цінностей. Це рішення, однак, мають одногосно прийняти всі інші країни-члени;

третій рівень: санкції.

У разі, якщо Європейська рада одногосно констатувала «серйозне та тривале порушення» договору ЄС, на країну-порушника можуть бути накладені санкції. Для цього потрібна тепер лише кваліфікована більшість: 21 країна-член, що представляє щонайменше 65 % загального населення ЄС. Стаття 7 дає Європейській раді право «призупинити певні права», максимум – право голосу країни-члена в Раді. Незважаючи на це, країна повинна далі виконувати зобов'язання, які взяла на себе під час вступу до ЄС, зокрема сплачувати внески до спільного бюджету ЄС.

Якщо ситуація в цій країні, із погляду Ради, покращується, Європейська рада може – такою самою кваліфікованою більшістю – повернути країні призупинені права²⁰².

Кейс Польщі:

15 листопада 2017 р. Європарламент зробив формальний крок для можливого позбавлення Польщі права голосу в Раді ЄС (застосування статті 7 Лісабонського договору). Європарламент в ухваленій критичній до Варшави резолюції наголосив, що ситуація в Польщі свідчить про «чітку загрозу серйозного порушення» європейських цінностей, уключаючи принцип верховенства права. Резолюцію підтримали 438 депутатів Європарламенту, 152 депутати проголосували проти, 71 депутат утримався. Зокрема, європарламентарії особливо стурбовані дотриманням у Польщі фундаментальних прав, принципів розділу гілок влади й незалежності судової системи.

Резолюцією передбачено можливість звернення до Ради ЄС із вимогою активувати превентивний механізм, передбачений пунктом 1 статті 7. Серед

²⁰² Breaches of EU values: how the EU can act (infographic). *News European Parliament*. 28.09.2022. URL:

<https://www.europarl.europa.eu/news/en/headlines/eu-affairs/20180222STO98434/rule-of-law-concerns-how-the-eu-can-act-infographic>

іншого резолюція закликає польський уряд не запроваджувати подальших змін до судової системи, якщо вони не гарантують у повному обсязі незалежність судів; виконати рішення Суду ЄС та призупинити вирубування Біловезької пущі; поважати свободу зібрань; засудити «ксенофобський і фашистський марш, який пройшов у Варшаві» 11 листопада 2017 р.; захистити права жінок шляхом надання вільного доступу до контрацепції та уможливлення екстреної контрацепції без медичного припису²⁰³.

У квітні 2020 р. Єврокомісія ініціювала нове розслідування щодо Польщі через реформу судової системи в цій країні. Конституційний трибунал Польщі виніс рішення про те, що деякі статті договорів Європейського Союзу є неконституційними в країні. Це викликало різко негативну реакцію керівництва Євросоюзу. З'являється навіть поняття «Polexit».

У липні 2021 р. Конституційний трибунал Польщі постановив, що застосування заходів, ужитих Судом ЄС до польської судової системи, є неконституційним. Кілька місяців потому Польський конституційний суд заявив, що Національна конституція Польщі має пріоритет над законодавством ЄС, відкинувши правову основу, на якій був побудований ЄС. Єврокомісія заявила, що Конституційний трибунал більше не відповідає вимогам незалежного й неупередженого суду, створеного раніше законом. Дії Комісії перешкоджають Польщі вирішити суперечку з Брюсселем, щоб Комісія могла вивільнити €6 мільярдів у вигляді грантів та позик зі свого фонду відновлення після пандемії. Фінансування затримано через занепокоєння, що Польща відступає від принципів верховенства права блоку²⁰⁴.

Кейс Угорщини:

12 вересня 2018 р. Європейський парламент підтримав початок дисциплінарної процедури проти Угорщини через загрозу підриву угорським урядом європейських цінностей – поваги до демократії, правової держави й прав людини. За таке рішення віддали голоси 448 депутатів Європейського парламенту, проти проголосували 197, утрималися 48 євродепутатів. Підставою для голосування стала критична доповідь, яку у квітні 2018 р., за дорученням Європарламенту, представила євродепутатка Юдіт Саргентіні. Вона висунула проти влади Угорщини звинувачення у відмові слідувати європейській політиці

²⁰³ Прокопчук Дмитро. ЄП зробив крок до позбавлення Польщі права голосу в ЄС. *Deutsche Welle*. 15.11.2017. URL:

<https://www.dw.com/uk/%D1%94%D0%B2%D1%80%D0%BE%D0%BF%D0%B0%D1%80%D0%BB%D0%B0%D0%BC%D0%B5%D0%BD%D1%82-%D0%B7%D1%80%D0%BE%D0%B1%D0%B8%D0%B2-%D0%BA%D1%80%D0%BE%D0%BA-%D0%B4%D0%BE-%D0%BF%D0%BE%D0%B7%D0%B1%D0%B0%D0%B2%D0%BB%D0%B5%D0%BD%D0%BD%D1%8F-%D0%BF%D0%BE%D0%BB%D1%8C%D1%89%D1%96-%D0%BF%D1%80%D0%B0%D0%B2%D0%B0-%D0%B3%D0%BE%D0%BB%D0%BE%D1%81%D1%83-%D0%B2-%D1%94%D1%81/a-41398435>

²⁰⁴ Лотоцька Наталка. Європейська комісія подала до суду на Польщу через порушення законодавства ЄС. *LB.ua*. 16 лют. 2023. URL: https://lb.ua/world/2023/02/16/546053_ievropeyska_komisiya_podala_sudu.html

у сфері міграції, у порушенні прав меншин у країні, обмеженні свободи слова. З обвинувальними заявами виступили також представники комітетів ЄП із бюджетного контролю, із конституційних справ та прав жінок і гендерної рівності. Під час дебатів у Європарламенті з цього питання прем'єр-міністр Угорщини Віктор Орбан заявив, що Євросоюз намагається «шантажувати» його країну, та запевнив, що Будапешт не піде на поступки²⁰⁵.

У 2022 р. до Угорщини знову застосували цю процедуру. В. Орбан почав натякати на можливий вихід Угорщини з ЄС, що оцінили як політичний хід напередодні виборів у країні.

16 грудня 2020 р. Європарламент та Рада ЄС затвердили постанову, яка встановлює загальний режим умов захисту бюджету Союзу в разі порушення принципів верховенства права в державі-члені. Регламент дозволяє Раді, за пропозицією Єврокомісії, уживати захисних заходів, таких як припинення платежів із бюджету або припинення затвердження однієї або кількох програм, що підлягають реалізації з бюджету.

Угорщина та Польща подали позови про скасування цієї постанови. Вони засновували свої дії, серед іншого, на відсутності належної правової основи та перевищенні Європейським Союзом своїх повноважень і порушенні принципу правової визначеності.

Суд у своєму рішенні вказав, що дотримання державами-членами спільних цінностей, на яких заснований Європейський Союз, таких як верховенство права та солідарність, є умовою для можливості користуватися всіма правами, що випливають із договорів ЄС, і Європейський Союз має бути в змозі захистити ці цінності в межах своїх повноважень²⁰⁶.

30 листопада 2022 р. на сайті Єврокомісії оприлюднено інформацію, що ухвалено рішення призупинити виплати на 65 % за трьома програмами ЄС з регіонального розвитку, що становить €7,5 млрд. Європейська комісія визнала недостатніми зусилля Угорщини у запровадженні необхідних реформ, зокрема

²⁰⁵ Сидоржевський Максим. Європарламент підтримав початок провадження проти Угорщини. *Deutsche Welle*. 12.09.2018. URL: <https://www.dw.com/uk/%D1%94%D0%B2%D1%80%D0%BE%D0%BF%D0%B0%D1%80%D0%BB%D0%B0%D0%BC%D0%B5%D0%BD%D1%82-%D0%BF%D1%96%D0%B4%D1%82%D1%80%D0%B8%D0%BC%D0%B0%D0%B2-%D0%BF%D0%BE%D1%87%D0%B0%D1%82%D0%BE%D0%BA-%D0%B4%D0%B8%D1%81%D1%86%D0%B8%D0%BF%D0%BB%D1%96%D0%BD%D0%B0%D1%80%D0%BD%D0%BE%D1%97-%D0%BF%D1%80%D0%BE%D1%86%D0%B5%D0%B4%D1%83%D1%80%D0%B8-%D0%BF%D1%80%D0%BE%D1%82%D0%B8-%D1%83%D0%B3%D0%BE%D1%80%D1%89%D0%B8%D0%BD%D0%B8/a-45461133>

²⁰⁶ Суд ЄС дозволив карати Угорщину та Польщу грошима за порушення верховенства права. *Європейська правда*. 16 лют. 2022. URL: <https://www.euointegration.com.ua/news/2022/02/16/7134088/>

в системі державного управління та у сфері верховенства права й незалежності судових рішень²⁰⁷.

У квітні 2023 р. Єврокомісія відхилила прохання Варшави призупинити нарахування Польщі щоденних штрафів на €1 млн за невиконання визначених Судом ЄС заходів щодо Дисциплінарної палати Верховного суду. Несплата Польщею нарахованих штрафів загрожує їй утратою додаткових коштів із європейського фінансування – €50 млн за п'ять місяців, на які Єврокомісія призупинила виставляти запити на платежі. Згодом Суд ЄС зменшив удвічі – до € 500 тис. – щоденний штраф, що накладається на Польщу в суперечці з Єврокомісією про судову реформу²⁰⁸.

Суспільні й міжнародні відносини змінюються, що провокує появу викликів для дотримання та просування європейських цінностей, зокрема:

- європейська інтеграція,
- мультикультуралізм,
- розвиток ІКТ (нові медіа, кібератаки),
- COVID-19 (цифровий авторитаризм (за прикладом Китаю), пандемія може посилити конфлікти, загрожуючи миру та безпеці в країнах-сусідах ЄС),
- напади на демократію (гібридні впливи РФ) і права людини,
- економічна криза (зростають бідність, нерівність, безробіття (особливо серед молоді)),
- російсько-українська війна, яка, з одного боку, «пропагує» цінності ЄС, бо українці саме за них борються, з іншого – страх перед розширенням театру воєнних дій спонукає деяких політиків і певні групи в державах-членах більше зосереджуватися саме на фінансово-економічних питаннях, ніж на захисті європейських цінностей.

Просування «європейських цінностей»

Британський дослідник сучасної історії професор Тімоті Гартон Аш – один із тих, хто говорить про необхідність постійно нагадувати про цінності й наголошувати на здобутках Європи для кожного покоління. На його думку, надто багато досягнень ЄС як, наприклад, вільне пересування на континенті, демократія та свобода, сприймаються як даність і тому втрачають значення цінностей. «<...> ми повинні доводити потрібність Європи і Європейського Союзу заново для кожного покоління. І я вважаю, що цілком виправдано запитували людей: для чого Європа, навіщо вона нам потрібна, що в ній доброго? Один із засновників європейського руху граф Куденгове-Калергі на першому конгресі Європи в Гаазі сказав: «Не забуваймо, друзі, що Європа – це не мета, а засіб досягнення мети». Такі цінності, як свобода, справедливість

²⁰⁷ Commission finds that Hungary has not progressed enough in its reforms and must meet essential milestones for its Recovery and Resilience funds. Press release. *European Commission*. November 30, 2022. URL: https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/ip_22_7273

²⁰⁸ Суд ЄС скоротив до 500 тисяч євро щоденний штраф Польщі у суперечці з Єврокомісією. *Українська правда*. 21 квіт. 2023. URL: <https://www.pravda.com.ua/news/2023/04/21/7398891/>

чи мир, – це мета, а Європа – це лише засіб їх утілення», «європейські ідеали є переважно загальнолюдськими, а їхня європейськість часто полягає лише в тому, наскільки їх готові втілювати і відстоювати самі європейці»²⁰⁹.

Дослідження європейських цінностей – European Values Study – було ініційовано Групою вивчення європейських систем цінностей (EVSSG) наприкінці 1970-х рр., яка на той час була неформальною групою науковців. Зараз це відбувається в рамках фонду European Values Study (EVS).

Дослідники EVSSG мали на меті дослідити моральні та соціальні цінності, що покладені в основі європейських соціальних і політичних інституцій та керівної поведінки. На момент першого опитування наближалися перші вибори до Європейського парламенту, була організована конференція єпископів і порушували такі питання:

- Чи поділяють європейці спільні цінності?
- Чи змінюються цінності в Європі і якщо так, то в якому напрямі?
- Чи християнські цінності продовжують проникати в європейське життя та культуру?
- Чи співзвучна альтернативна система значень замінює християнську?
- Які наслідки для європейської єдності?

Щоб відповісти на ці запитання, заплановано опитування і 1981 р. проведено інтерв'ю в десяти європейських країнах (уключно з Північною Ірландією, яку досліджували окремо від Великої Британії). Дослідницький проект викликав інтерес у Північній та Південній Америці, на Близькому й Далекому Сході, в Австралії та Південній Африці, де створено афілійовані групи для адміністрування тієї самої анкети. Укладено угоди щодо обміну даними для міжконтинентальних і міжкультурних порівнянь. У результаті став доступним унікальний набір даних, що охоплює 26 країн.

Щоб дослідити динаміку змін цінностей, 1990 р. розпочато другу хвилю опитувань у всіх європейських країнах, уключаючи Швейцарію, Австрію, країни Центральної та Східної Європи, а також США й Канаду. Приблизно через десять років (1999 р.) третя хвиля EVS була проведена майже в усіх європейських країнах, за винятком Норвегії, Швейцарії та деяких країн колишньої Югославії. Це дало змогу дослідити причини й наслідки динаміки зміни цінностей. 2008 р. відбулася четверта хвиля Європейського дослідження цінностей. Польова робота охоплює не менше ніж 47 європейських країн/регіонів від Ісландії до Азербайджану та від Португалії до Норвегії²¹⁰.

Опитування Eurobarometer, проведене в 2020 р.²¹¹, засвідчило таке загальне ставлення до європейських цінностей:

- 0 – 39 % – низька згода з європейськими цінностями,

²⁰⁹ Цюпин Богдан. Європейські цінності: реальність чи міф? *Радіо Свобода*. 9 жовт. 2013. URL: <https://www.radiosvoboda.org/a/25131805.html>

²¹⁰ Participating Countries. *EU Values Studies*. 2020. URL: <https://europeanvaluesstudy.eu/about-evs/participating-countries/>

²¹¹ Values and identities of EU citizens. *Eurobarometer*. November 2021. URL: <https://europa.eu/eurobarometer/surveys/browse/all/series/300880>

- 40 – 59 % – середній – низький,
- 60 – 79 % – середня – висока згода,
- 80 – 100 % – висока згода.

Розподіл за країнами:

Більшість респондентів у майже кожній країні висловлюють «високу згоду» з цінностями ЄС. Найвищі показники зафіксовані на Кіпрі (77 %), Швеції та Греції (обидві 75 %), Хорватія, Данія та Іспанія (усі 72 %), Австрія (66 %), Нідерланди й Ірландія (обидві 70 %), Латвія (69 %), Німеччина та Болгарія (обидві по 67 %).

Близько половини респондентів в Італії (46 %), Румунії (47 %), Литві (49 %), Чехії (50 %), Словаччини (51 %), Бельгії (52 %) і Фінляндії (55 %) мають «високу згоду» з цінностями ЄС.

Після цього приблизно шість із десяти респондентів у Франції (56 %), Польщі та Словенії (обидві по 57 %) Угорщини (58 %), Люксембурзі (61 %) та Естонії (63 %) мають високу згоду з цінностями ЄС.

У середньому, громадяни таких країн, як Бельгія, Чехія, Фінляндія, Італія, Литва, Люксембург, Польща та Румунія, висловлюють низьку або середньо-низьку згоду з цінностями ЄС.

Зафіксована відмінність у ставленні до цінностей ЄС на основі демографічних показників:

- старші респонденти частіше погоджуються з цінностями ЄС, ніж молодші респонденти (67 % 55-річних і старших проти 61 % 15 – 24-річних громадян);

- респонденти, які навчалися до 20 років і старші (68 %), також більше, імовірно, продемонструють високу згоду з цінностями ЄС, ніж ті, хто припинив навчання, коли їм було 15 або менше (60 %);

- респонденти, які мають труднощі час від часу оплачувати рахунки (56 %), мають найменшу ймовірність погоджуватися з цінностями ЄС порівняно з тими, кому важко оплачувати рахунки майже весь час (59 %) або майже ніколи / ніколи (64 %);

- респонденти, які вважають, що належать до вищого середнього класу (68 %), найімовірніше, погоджуються з цінностями ЄС;

- значно більше респондентів, які відносять себе до лівої частини політичної шкали (73 %) швидше погоджуються з цінностями ЄС, ніж (62 %) або праві (57 %).

Незалежність суддів і право на справедливий суд (82 % для обох) є цінностями ЄС, які найбільше підтримують європейці, за ними йдуть свобода думки, вираження поглядів і релігії (81 %), згідно з результатами цього спеціального дослідження Євробарометра. На особистому рівні турбота про тих, хто їм близький (77 %), і прийняття рішень щодо їхнього життя (78 %) є двома найважливішими особистими цінностями для громадян ЄС. Найважливішою ідентичністю громадян ЄС є їхня сім'я (81 %) та національна ідентичність (73 %).

Згідно з опитуванням у травні-червні 2021 р. 65 % європейців погоджуються, що основні цінності ЄС, такі як фундаментальні права, демократія та верховенство права, добре захищені в їхній країні²¹².

ЄС просуває та захищає свої цінності у світі через багатосторонні формати у сферах торгівлі, клімату, безпеки, прав людини та розвитку, через сприяння заснованому на правилах багатостороннього управління штучним інтелектом, кіберпростором і космосом²¹³.

«Стратегічний порядок денний Європейської ради на 2019–2024 рр.»: на засіданні 20 червня 2019 р. Європейська рада погодила порядок денний для ЄС на наступні п'ять років. Він зосереджений на чотирьох основних пріоритетах: захист громадян і свобод; розвиток міцної та динамічної економічної бази; побудова кліматично нейтральної, зеленої, справедливої й соціальної Європи; *просування європейських інтересів і цінностей на світовій арені*. Для того щоб діяти стратегічно, збільшувати свою спроможність діяти автономно для захисту власних інтересів, відстоювати свої цінності та спосіб життя й допомагати формувати глобальне майбутнє, Європейська рада погодила підтримувати ООН і ключові багатосторонні організації; сприяти сталому розвитку та реалізації порядку денного до 2030 р.; співпрацювати з країнами-партнерами з питань міграції; підтримувати європейську перспективу для європейських держав, які здатні й бажають приєднатися до ЄС; розвивати всебічне партнерство з Африкою; забезпечити амбітну та надійну торговельну політику в рамках реформованої СОТ і на двосторонньому рівні між ЄС та його партнерами; і тісно співпрацювати з НАТО. *Стратегічний порядок денний чітко підкреслює необхідність для ЄС бути більш «наполегливим та ефективним», щоб краще захищати свої інтереси й цінності*²¹⁴.

У ЄС освіту визнають основою для просування європейських цінностей. Зокрема, про це йдеться в Рекомендації Європейської ради (листопад 2017 р.) щодо спільних цінностей, інклюзивної освіти та європейського виміру навчання. Так, запропоновано стратегії навчання, щоб «допомогти молодим людям зрозуміти важливість і дотримуватися загальних цінностей, викладених у статті 2 Договору про Європейський Союз». Просування цінностей подають

²¹² Justice, Rights and Values. *Eurobarometer*. November, 2021. URL: <https://europa.eu/eurobarometer/surveys/detail/2269>

²¹³ Protecting, promoting and projecting Europe's values and interests in the world, BRIEFING EPRS Ideas Paper Towards a more resilient EU. *Think Tank European Parliament*. September 11, 2020. URL: [https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/BRIE/2020/652061/EPRS_BRI\(2020\)652061_EN.pdf](https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/BRIE/2020/652061/EPRS_BRI(2020)652061_EN.pdf)

²¹⁴ Protecting, promoting and projecting Europe's values and interests in the world. Briefing. *European Parliament*. 11.09.2020. URL: [https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/BRIE/2020/652061/EPRS_BRI\(2020\)652061_EN.pdf](https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/BRIE/2020/652061/EPRS_BRI(2020)652061_EN.pdf)

як частину «боротьби зі зростанням популізму, ксенофобії, розколу, націоналізму й поширення фейкових новин»²¹⁵.

У Європейському парламенті функціонує мультинаціональна група «Renew Europe», яка переконана: «щоб Європейський Союз був сильним, він має бути як проєкт європейського об'єднання після холодної війни, так і проєкт миру після Другої світової війни. Возз'єднання Європи через справжній і глибокий процес інтеграції всіх європейських країн, від Сходу до Заходу та від Півночі до Півдня, має залишатися ключовим елементом нашої Європи майбутнього». «У Союзі, якого ми прагнемо, повністю поважають демократію й права кожної людини. Чесні вибори, права опозиції, вільна преса та медіа, а також вільна наука й академічне навчання. Нам також потрібно робити більше для захисту прав усіх громадян, гендерної рівності, боротьби з ксенофобією, захисту національних і культурних меншин та забезпечення толерантності суспільства, у якому ми живемо. Ми рішуче відкидаємо націоналістичні чи неліберальні рухи, які зростають у деяких частинах Європи»²¹⁶. Ключовою аудиторією групи є молодь ЄС, щоб «уникнути втраченого покоління» й виховати активних громадян.

Отже, європейські цінності – наріжний камінь утворення, функціонування та розширення Європейського Союзу. Це ті закріплені в нормативних документах принципи, яких зобов'язані поважати й дотримуватися всі держави-члени ЄС і в період процедури приєднання, й упродовж членства в Спільноті. Для порушників передбачено жорстку процедуру покарання.

Медіаджерела для висвітлення тематики ЄС

Наталія КАРПЧУК

Рамки аудіовізуальної й медіаполітики ЄС

За увесь період європейської інтеграції роль мас-медіа суттєво обмежувалася завданням пов'язати діяльність національних урядів із національним електоратом. Через відсутність справжніх загальноєвропейських медіа саме журналісти-фрілансери, які пишуть про ЄС, були джерелом інформації для національних медіа держав-членів. Проте висвітлення питань ЄС залишалось досить обмеженим і проблематиці європейської інтеграції бракувало динаміки медійної комунікації. Таке ігнорування було однією з причин серйозного удару по європейському проєкту у 2005 р. унаслідок провалу голосування з Конституційного договору у Франції та Нідерландах.

²¹⁵ Strengthening European Identity through Education and Culture. COMMUNICATION FROM THE COMMISSION TO THE EUROPEAN PARLIAMENT, THE COUNCIL, THE EUROPEAN ECONOMIC AND SOCIAL COMMITTEE AND THE COMMITTEE OF THE REGION, *European Commission*. November 17, 2017. URL: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:52017DC0673&from=FI>

²¹⁶ Renew Europe, 2022. URL: <https://www.reneweuropengroup.eu/group-charter>

Стаття I-47 Договору про створення Конституції для Європи наголошує, що інституції повинні використовувати всі придатні засоби, щоб надати громадянам й представницьким організаціям можливість оприлюднювати та ділитися своїми думками щодо всіх сфер діяльності Союзу; інституції повинні підтримувати відкритий, транспарентний і регулярний діалог із громадянським суспільством²¹⁷. Проте серйозна проблема з ратифікацією була спровокована тим, що інституції ЄС не наголошували окремо на тісній співпраці з національними та місцевими масмедіа для налагодження діалогу з Конституційного договору. Упродовж тривалого періоду обговорення й переговорів із політиками, які приймають вагомі рішення, широку громадськість практично ігнорували й сама тема Конституції не мала загальноєвропейського широкого висвітлення в масмедіа та наприкінці була надто політизована. Згодом саме брак ефективної комунікації, тобто якісного медіависвітлення тематики Конституції ЄС, визнано серед основних причин провалу референдумів з Конституції у Франції та Нідерландах у 2005 р.

Після такого комунікаційного «провалу» у 2005 р. розпочався процес осмислення комунікації ЄС по-новому. Однією з основних ініціатив комісара з комунікаційної політики М. Волстром стала структура «двостороннього потоку комунікації» із залученням місцевих журналістів і пресофісів Європейського парламенту та різноманітних агенцій

Національні медіа системоінтегровані на макрорівні, що надає змогу політичним, економічним і соціальним підсистемам держав-членів ЄС спостерігати та комунікувати між собою. Більше того, національні публічні сфери, створені мас-медіа, є вертикально соціально інклюзивні в питанні європейської інтеграції, надаючи політичним акторам й організаціям держав-членів ролі спікерів²¹⁸.

У горизонтальному вимірі інтегративний ефект медіа полягає в інформуванні громадян про інших європейців і, як наслідок, у сприянні порозумінню та взаємній довірі між народами держав-членів ЄС. У горизонтальному вимірі новини про європейські політичні питання просувають соціальну інтеграцію в ЄС через:

- 1) надавання громадянам принаймні ролей споживачів у політичному процесі,
- 2) їх інформування про ЄС, його політику, держави-члени,
- 3) підтримку європейської інтеграції та відчуття політичної спільноти в межах ЄС²¹⁹.

²¹⁷ Draft Treaty Establishing a Constitution for Europe. 2004. *EUR-Lex*. URL: [https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:52003XX0718\(01\)&from=EN](https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:52003XX0718(01)&from=EN)

²¹⁸ Scharrow Michael, Jens Vogelgesang. Effects of Domestic Media Use on European Integration. *Communications*. 35 (1). 2007. URL: https://www.researchgate.net/publication/228464499_Effects_of_Domestic_Media_Use_on_European_Integration

²¹⁹ Fuchs D. Das Demokratiedefizit der Europäischen Union und die politische Integration Europas: Eine Analyse der Einstellungen der Bürger in Westeuropa. *SSOAR*. 2002. URL: <https://www.ssoar.info/ssoar/bitstream/handle/document/11299/ssoar-2002-fuchs->

Ще в 1977 р. американських політолог і соціолог Рональд Інглехарт стверджував, що новини про європейські питання ведуть до вищого рівня підтримки європейської інтеграції та політики ЄС. На думку дослідника, політично грамотні й добре поінформовані громадяни краще розуміють таке складне утворення, як ЄС, а також схильні підтримувати політику Союзу²²⁰.

Із 1995 р. ЄС фінансував та організував тренінги для представників медіа через Європейський журналістський центр у Маастрихті; окрім того, змінив внутрішню структуру, винайнявши більше фахівців у сфері PR і комунікації; розробив нову комунікаційну філософію діалогу з громадянами. Відповідно до таких змін Генеральний директорат з преси та комунікації, який тоді ж відповідав за комунікацію й зв'язки з медіа, перейменовано в Генеральний директорат із комунікації.

Зростаючий інтерес ЄС до національних медіа зумовлений двома чинниками:

1) зниженням підтримки політик ЄС у поєднанні зі зростанням невдоволення роботою ЄС;

2) усвідомленням Комісією важливості комунікації з різною громадськістю щодо майбутнього ЄС.

Огляди «Євробарометра» за 2003–2006 рр. засвідчили, що менше 50 % усіх громадян ЄС мають позитивну думку щодо репутації та громадської підтримку ЄС²²¹. Комісія вважала, що така ситуація зумовлена спотвореними знаннями громадян про справи ЄС і частково через ту інформацію, яку вони отримують із місцевих медіа, котрі втрачають нейтральність, та інтерпретують і переробляють інформацію відповідно до бажань політичних партій чи інших лідерів думок.

Із-поміж труднощів спільного підходу до комунікації потрібно виокремити «націоналізацію» європейських питань державами-членами, бо спроможність ЄС здійснювати комунікацію суттєво залежить від політичної волі національних урядів сприяти такій комунікації, а не лише від зусиль Комісії. Окрім того, успіх комунікації визначається й тим, як різноманітні медіа висвітлюють питання ЄС. Медіа подають аналіз політики та теми ЄС у своєму контексті крізь призму політичних, соціальних і культурних орієнтацій та окремих інтересів держав-членів у Європі, ставлячи під сумнів спроби Комісії розвивати транснаціональну публічну сферу.

У 1986 р. Комісія представила законодавчі пропозиції, які були прийняті 1989 р. та вдосконалені в 1997 р. для Директиви «Телебачення без кордонів» (Television without Frontiers). Її мета – створити необхідні умови для вільного

[das demokratiedefizit der europaischen union.pdf?sequence=1&isAllowed=y&lnkname=ssoar-2002-fuchs-das demokratiedefizit der europaischen union.pdf](http://ec.europa.eu/public_opinion/archives/eb/eb66/eb66_en.pdf)

²²⁰ Inglehart R. The silent revolution: Changing values and political styles among Western publics. Princeton: Princeton University Press, 1977, 496 p.

²²¹ Public opinion in the European Union. *Eurobarometer*. № 66. Autumn 2006. URL: http://ec.europa.eu/public_opinion/archives/eb/eb66/eb66_en.pdf

руху телевізійних послуг у межах Союзу. Перспектива – Директива відчинить двері для культурної та політичної інтеграції.

ЕК підтримала ідею заснування європейського союзу телерадіомовлення й після експерименту створення телевізійної програми «Eurikon» (1983 р.) у 1985 р. запрацював консорціум п'яти європейських громадських мовників «Еуропа TV» (Німеччина (ARD), Італія (RAI), Ірландія (RTE), Нідерланди (NOS), Португалія (RTP)), який через рік припинив своє мовлення, оскільки не приваблював ні глядачів, ні рекламодавців. Наступні дослідження стосувалися вивчення цієї проблеми, довели, що європейська аудиторія надає перевагу національним програмам, що здійснюють мовлення національними мовами. Для розв'язання цієї проблеми в 1993 р. запущено канал «Еuronews». Девіз «Еuronews» «Ми розмовляємо сімома мовами, але дивимося в одному напрямку» підкреслює важливість єднання європейців, бо в усіх спільні цілі та завдання. Цю концепцію відображено в програмній моделі: програмний дайджест чітко структурований, більшість часу присвячено життю в ЄС, котре розглядають на політичному, економічному й культурному рівнях.

Загалом правовою основою для розвитку аудіовізуальної політики ЄС є стаття 167 Договору щодо функціонування ЄС, яка визначає такі сфери співробітництва, як «вдосконалення і розповсюдження знань про культуру та історію європейських народів; збереження й захист культурної спадщини європейського значення; некомерційний культурний обмін; художня й літературна творчість, у тому числі в аудіовізуальному секторі»²²². Крім того, правовою основою політики є чинне законодавство ЄС у цій сфері, зорієнтоване на регулювання аудіовізуальних медіапослуг; захисту неповнолітніх; кінематографії, кіноспадщини та кіноіндустрії; служб громадського мовлення.

Аудіовізуальна та медіаполітика ЄС утілена у двох напрямках²²³:

1. Регулятивні рамки – Директива щодо аудіовізуальних медіапослуг (Audiovisual Media Services Directive), мета якої – створити ефективний єдиний європейський ринок аудіовізуальних засобів і внесення поправок до Директиви «Телебачення без кордонів»; рекомендації ЄС щодо захисту дітей / неповнолітніх у режимі онлайн; захист авторських та суміжних прав.

2. Програми фінансування й ініціативи підтримки: програма «Креативна Європа», План дій для медіа та аудіовізуального секторів; медіаграмотність, плюралізм, свобода; інші ініціативи.

(1) Директива щодо аудіовізуальних медіапослуг (AVMSD)²²⁴ охоплює всю сферу послуг аудіовізуальних засобів ЄС (уключаючи послуги за запитом) в епоху цифрових технологій. Вона вносить поправки та перейменовує

²²² Consolidated Version of the Treaty on European Union. 2012. *EUR-Lex*. URL: https://eur-lex.europa.eu/resource.html?uri=cellar:2bf140bf-a3f8-4ab2-b506-fd718226e6da6.0023.02/DOC_1&format=PDF

²²³ Audiovisual and media policy. *Fact Sheets on the European Union*. 2022. URL: <https://www.europarl.europa.eu/factsheets/en/sheet/138/audiovisual-and-media-policy>

²²⁴ Audiovisual and Media Services. *Shaping Europe's Digital Future*. 2022. URL: <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/policies/audiovisual-and-media-services>

директиву «Телебачення без кордонів», забезпечуючи менш детальне, проте гнучкіше регулювання; модернізує правила телереклами для кращого фінансування аудіовізуального контенту.

Нові правила відповідають технологічному розвитку та сприяють збереженню культурного розмаїття, захисту дітей та інших груп споживачів, гарантії медіаплюралізму й боротьбі з національною та релігійною ненавистю. Нова директива охоплює всі послуги сфери аудіовізуальних медіа – традиційне телебачення й відео за запитом, які повинні орієнтуватися на загальну громадськість та інформувати, розважати й навчати згідно з редакторською відповідальністю провайдера медіапослуги.

У 2016 р. Комісія запропонувала подальший перегляд AVMSD та 2018 р. ключові елементи узгодженого тексту включали: 1) зміну обмеження для комерційного спілкування з 12 хвилин на годину до 20 % на день між 06:00 і 18:00; 2) захист неповнолітніх від контенту, який «може зашкодити» їм, із тим самим регулюванням, що застосовується до традиційних трансляцій і послуг на замовлення; 3) поширення положень щодо європейських творів на постачальників послуг на замовлення, які мають забезпечити, щоб європейські твори становили принаймні 30 % їхніх каталогів; 4) залучення платформ обміну відео (VSP) до сфери дії AVMSD із метою боротьби з мовою ненависті та захисту неповнолітніх від шкідливого контенту²²⁵.

17 квітня 2019 р. Парламент і Рада ухвалили Директиву про авторське право й суміжні права на єдиному цифровому ринку²²⁶ ((ЄС) 2019/790). Законодавчий текст уніс зміни до двох попередніх директив щодо питань, пов'язаних з авторським правом. Основна мета Директиви – модернізувати правила авторського права для єдиного цифрового ринку задля досягнення кількох фундаментальних цілей: 1) розширення транскордонного доступу до онлайн-контенту; 2) більше можливостей використання матеріалів, захищених авторським правом, для освітніх, дослідницьких цілей і культурної спадщини; 3) краще функціонування ринку авторських прав; та 4) імплементація Марракеської угоди²²⁷ в право ЄС. Нове законодавство найбільше вплине на онлайн-платформи, такі як YouTube, Facebook і Google News.

Що стосується захисту неповнолітніх, то доповнені правила введено в AVMSD (2006 р.) щодо захисту неповнолітніх та людської гідності. У 2012 р. прийнято Європейську стратегію кращого інтернету для дітей, яка підтримується в рамках Інструменту Connecting Europe Facility і таких програм, як Horizon 2020. Серед різноманітних ініціатив у цій сфері є програми «Кращий

²²⁵ DIRECTIVE (EU) 2018/1808 OF THE EUROPEAN PARLIAMENT AND OF THE COUNCIL of 14 November 2018 amending Directive 2010/13/EU on the coordination of certain provisions laid down by law, regulation or administrative action in Member States concerning the provision of audiovisual media services (Audiovisual Media Services Directive) in view of changing market realities. *Official Journal of the European Union*. 28.11.2018. URL: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:32018L1808&rid=9>

²²⁶ Copyright. 2022. URL: <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/policies/copyright>

²²⁷ Марракеська угода дозволяє людям з обмеженими можливостями читання мати доступ до більшої кількості книг та інших друкованих матеріалів у доступних для них форматах.

інтернет для дітей» і «Безпечніший інтернет». Мета – сприяти безпечному використанню інтернету та нових онлайнтехнологій, зокрема дітьми, боротися з незаконним контентом і контентом, що вважається небажаним для кінцевого споживача. У 2022 р. у межах Європейського року молоді реалізовували такі ініціативи: 1) безпечний цифровий досвід, щоб захистити дітей від шкідливого та протизаконного онлайн-контенту, поведінки, контактів і ризиків як молодих споживачів, а також покращити їхнє благополуччя в інтернеті через безпечне цифрове середовище, яке відповідає віку, створене таким чином, щоб поважати інтереси дітей; 2) розширення цифрових можливостей, щоб усі діти, навіть ті, котрі перебувають у вразливих ситуаціях, набули необхідних навичок і компетентностей, щоб робити правильний вибір та безпечно й відповідально виражати себе в онлайн-середовищі; 3) активна участь, повага до дітей, надання їм права голосу в цифровому середовищі, з більшою кількістю заходів під керівництвом дітей для сприяння інноваційному та творчому безпечному цифровому досвіду²²⁸.

(2) Напряму MEDIA програми «Креативна Європа»²²⁹ покликаний посилити конкурентоспроможність аудіовізуального сектору. 14 грудня 2020 р. Парламент і Рада досягли угоди, яка забезпечує фінансування €2,44 млрд для наступної програми «Креативна Європа» (2021 – 2027), із яких принаймні 58 % має бути виділено на напряму «МЕДІА». Нова програма офіційно набула чинності 28 травня 2021 р.

Напряму MEDIA має на меті допомогти професіоналам аудіовізуальної сфери розвинути нові навички, а також стимулювати транскордонне співробітництво та мобільність, інновації у створенні й виробництві європейських аудіовізуальних творів, таких як фільми та телевізійні програми (художні, дитячі й анімаційні фільми, документальні та короткометражні фільми), інтерактивні роботи (відеоігри), а також європейські та міжнародні копродукції. Він підтримує й всевітнє розповсюдження і просування в інтернеті та в театрах (через платформи розповсюдження й субтитрування, дубляж та аудіоопис) європейських творів у новому цифровому середовищі. Спираючись на успіх своїх попередників, програм MEDIA й MEDIA Mundus, у 2021 р. програма MEDIA відсвяткувала 30-річчя підтримки європейських фільмів.

Загальні цілі напряму MEDIA:

- сприяти посиленню європейського аудіовізуального сектору, відображаючи та поважаючи європейську культурну ідентичність і спадок;
- збільшити обіг європейських аудіовізуальних робіт у / поза межами ЄС;
- посилити конкурентоспроможність європейського аудіовізуального сектору, полегшуючи доступ до фінансування та сприяючи застосуванню цифрових технологій.

²²⁸ A European strategy for a better internet for kids (BIK+). *Shaping Europe's Digital Future*. 2022. URL: <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/policies/strategy-better-internet-kids>

²²⁹ Creative Europe MEDIA Strand. *Culture and Creativity*. 2022. URL: <https://culture.ec.europa.eu/creative-europe/creative-europe-media-strand>

У грудні 2020 р. Комісія запустила План дій «Європейські медіа в цифровому десятилітті: план дій для підтримки відновлення та трансформації». Ці сектори особливо постраждали від коронавірусної кризи й залишаються важливими для «демократії, культурного розмаїття Європи та цифрової автономії». План дій зосереджений на трьох сферах діяльності та 10 конкретних заходах, які допоможуть сектору: 1) вийти з кризи (тобто шляхом полегшення доступу до підтримки ЄС, збільшення інвестицій та запуску ініціативи «НОВИНИ» для об'єднання дій й підтримки); 2) трансформуватися, стимулюючи інвестиції, щоб дати змогу охопити цифрові та зелені переходи (тобто шляхом заохочення розвитку європейських просторів медіаданих, сприяння європейській промисловій коаліції віртуальної та доповненої реальності, заохочення обговорень і дій, щоб зробити промисловість кліматично нейтральною до 2050 р.); 3) надати окремим особам та компаніям у Європі можливість розпочати діалог з аудіовізуальною індустрією, заохочувати таланти європейських медіа, розширювати можливості окремих осіб у Європі й зміцнювати співпрацю між регуляторними органами²³⁰.

Медіаграмотність – це здатність мати доступ до медіа, розуміти та критично оцінювати різні аспекти медіа й медіаконтенту, а також спілкуватися в різноманітних контекстах. Це фундаментальна навичка для молодого покоління та дорослих. ЄС вважає медіаграмотність важливим чинником активної участі в сучасному інформаційному суспільстві. У висновках Ради від 30 травня 2016 р. щодо розвитку медіаграмотності та критичного мислення через освіту й навчання підкреслюється, що медіаграмотність є більш важливою, ніж будь-коли в епоху інтернету та соціальних медіа і що вона має бути невід'ємною частиною освіти й навчання на всіх рівнях. Крім того, у 2019 р. Комісія організувала свій перший загальноєвропейський тиждень медіаграмотності та скликала засідання Експертної групи з медіаграмотності, яка об'єднує різні зацікавлені сторони й збирається раз на рік²³¹.

Медіаплюралізм – це потреба в прозорості, свободі та різноманітності медіаландшафту. У 2011 р. створено Центр плюралізму й свободи медіа за співфінансування ЄС. Крім того, у 2016 р. ЄС запровадив Моніторинг медіаплюралізму²³² у всіх державах-членах та окремих країнах-кандидатах. Це науковий інструмент, розроблений для визначення потенційних ризиків для медіаплюралізму на основі набору показників. Свобода й плюралізм медіа є ключовими елементами свободи вираження та суттєвою умовою збереження права на інформацію, що є в основі демократичного процесу (ст. 11 Хартії основних прав, ст. 10 Європейської конвенції із захисту прав людини й основних прав).

²³⁰ Europe's Media in the Digital Decade: An Action Plan to Support Recovery and Transformation. 2020. *EUR-Lex*. URL: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:52020DC0784&from=EN>

²³¹ Media Literacy. *Shaping Europe's Digital Future*. 2022. URL: <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/policies/media-literacy>

²³² Monitoring media pluralism in the digital era. *Shaping Europe's Digital Future*. 2022. URL: <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/policies/monitoring-media-pluralism>

Для захисту свободи та плюралізму медіа Комісія внесла на розгляд Європейський акт про свободу медіа²³³ як одну з нових політичних ініціатив своєї Робочої програми на 2022 р. Акт спрямований на боротьбу за підвищення прозорості, незалежності та підзвітності дій, що впливають на контроль і свободу преси, зміцнення управління громадськими медіа та запобігання ризику їх політизації.

У жовтні 2011 р. за ініціативи Комісара Н. Крус створено Групу високого рівня з питань свободи мас-медіа й медіаплюралізму, яка визнає існування викликів, що можуть обмежувати свободу журналістів, зменшувати плюралізм думок; окрім того, деякі журналісти своєю поведінкою теж підривають довіру до аудіовізуального сектору. Основна відповідальність у підтримці свободи й плюралізму мас-медіа покладена на держави-члени, проте ЄС теж відіграє важливу роль у підтримці основоположних прав громадян ЄС.

У січні 2013 р. Група представила такі рекомендації державам-членам й інституціям ЄС у сфері свободи та плюралізму мас-медіа²³⁴:

- Президенти інституцій ЄС повинні регулярно організовувати інтерв'ю для представників національних медіа, що дасть змогу транслювати чи надрукувати відповіді на запитання журналістів держав-членів ЄС;

- свобода та плюралізм мас-медіа має бути передумовою вступу держави до ЄС;

- журналісти та медіаорганізації повинні прийняти власні кодекси поведінки та журналістські стандарти, щоб протидіяти новим викликам медіасередовища;

- усі держави ЄС мають створити незалежні ради з питань мас-медіа із політично та культурно збалансованим і соціально різноманітним представництвом у них; такі ради повинні керуватися стандартами ЄС, дотримуватися європейських цінностей та їх повинна моніторити Комісія;

- національне законодавство країн-членів повинно ґрунтується на принципі захисту журналістських джерел (недотримання якого можливе лише за розпорядженням суду).

Інші ініціативи в аудіовізуальному секторі: ЄС вбачає одним із своїх завдань заохочення країн-членів до співпраці в збереженні та захисті культурної спадщини європейського значення, уключаючи кіно (ст. 151(2) Договору ЄС). Рекомендації країнам-членам із питань кіноспадщини закликають регулярно збирати, заносити до каталогів, зберігати та відновлювати все, що можна передати майбутнім поколінням; а також інформувати Комісію кожних два роки про свою діяльність у цій сфері. Комісія

²³³ For a “European media act”. *European Commission*. 19 April 2021. URL: https://ec.europa.eu/commission/commissioners/2019-2024/breton/announcements/european-media-freedom-act_en

²³⁴ A free and pluralistic media to sustain European democracy. 2012. *Resource Centre on Media Freedom in Europe*. URL: <https://www.rcmediafreedom.eu/Publications/Reports/A-free-and-pluralistic-media-to-sustain-European-democracy>

періодично організовує зустрічі Кіноекспертних груп, які наголошують, що кінороботи володіють не лише культурною цінністю, а є потужним джерелом історичної інформації про європейське суспільство, бо кінообрази є суттєвим елементом знань про минуле та відображенням цивілізації.

Роль медіа у висвітленні справ ЄС

Нещодавно інституції ЄС відчували потребу покращити канали комунікації ЄС через встановлення відносин з урядами держав-членів та новинарними медіа. Інституції ЄС можуть покращити репутацію саме завдяки більшій місцевій підтримці. Одночасно участь громадян у справах ЄС залежить не лише від їх мотивації та бажання долучитися до вирішення наднаціональних політичних питань, а й від їх обізнаності в політиках ЄС і процесах прийняття рішень. Доступність надійної інформації про ЄС є передумовою більшої політичної активності громадян. Із цього погляду новинарні медіа відіграють істотну роль у здобуванні інформації громадянами ЄС про інституції, політики та справи Спільноти. Думки громадян залежать від якості та кількості доступної інформації, а національні медіа є одними з перших і найважливіших засобів комунікації ЄС та первинним джерелом інформування.

На думку Комісії, покращення каналів комунікації може сприяти зростанню обізнаності громадян ЄС і підтримці євроінтеграційного процесу. Саме медіа відіграють важливу роль у процесі «європеїзації» й розвитку нової європейської ідентичності, оскільки не лише інформують, а й формують громадську думку та впливають на громадську підтримку інституцій ЄС. Більша прозорість у висвітленні діяльності ЄС у медіа спроможна скоротити дистанцію й ворожість громадян. Такий тип інформації частково зумовлений якістю інформації, котру надають прес-секретарі ЄС, а також їхніми стосунками з національними медіа. Фактично національні медіа мають повноваження відбирати не лише ті повідомлення, які вони вважають придатними для публікації, керуючись власними журналістськими правилами, а й те, що, на їхню думку, є цікавим й походить із надійних джерел.

Кейс: вплив медіа на ставлення до політик ЄС:

13 січня 2004 р. після низки внутрішніх консультацій на пропозицію Ф. Болькештейна, комісара з питань внутрішнього ринку²³⁵ прийнято Директиву з послуг на внутрішньому ринку. У березні 2004 р. бельгійські профспілки заявили в пресрелізі про «неприйнятність» пропозиції, розпочавши антиліберальну хвилю. У вересні 2004 р. вуличні демонстрації докотилися до Франції та Лондонського європейського соціального форуму. 13 лютого 2005 р. 60 000 осіб з усієї Європи пройшли Брюсселем із закликem відкликати текст, бо документ суттєво зашкодить європейській соціальній моделі²³⁶.

Полеміка точилася навколо двох ідей Директиви: лібералізація всіх послуг і ризик соціального демпінгу. За шість місяців до французького референдуму з

²³⁵ European Commission, DG Internal Market website. 2004. URL: http://europa.eu.int/comm/internal_market/services/services-dir/index_en.htm

²³⁶ No Valentine for Bolkenstein. 2004. URL: www.stopbolkenstein.org

Конституційного договору, французькі політики-єврофоби запустили в медіа міф про «польського сантехніка» на підставі того, що Директива про послуги дає змогу робітникам із нових держав-членів пропонувати свої послуги у Франції. У такій скандальній атмосфері національні медіа обізвали директиву «Директивою Франкенштейна»²³⁷.

Термін «польський сантехнік» був використаний у статті в *Charlie Hebdo* у 2004 р., але став популярним після того, як французький політик Філіп де Вільє вжив його під час кампанії проти законодавства ЄС: «Це питання дуже серйозне, оскільки директива Болькенштейна дозволяє польському сантехніку чи естонському архітектору пропонувати свої послуги у Франції на рівні зарплати та відповідно до трудового законодавства відповідних країн походження. З 11 мільйонів людей, зайнятих у сфері послуг (у Франції), одному мільйону загрожує ця директива, яка спрямована на демонтаж нашої економічної та соціальної моделі»²³⁸.

Натомість, Швейцарська соціалістична партія проводила кампанію на підтримку вільного пересування людей (у контексті європейських двосторонніх угод) під гаслом «Сантехніки всіх країн, єднайтеся!».

Приблизно два мільйони працівників зі Східної та Центральної Європи прибули до Сполученого Королівства між 2003 і 2007 рр., половина з них були поляками. Стереотип польського сантехніка назвали чинником референдуму, який призвів до виходу Сполученого Королівства з Європейського Союзу.

Польська рада з туризму використала стереотип у жартівливому плакаті у 2005 р., запрошуючи французів відвідати Польщу. Дизайнер плаката був номінований у 2005 р. на звання «Європеець року» в категорії «Кампанія року», а модель Пйотр Адамські отримав свої «15 хвилин слави» й коротке кар'єрне зростання.

Медіа надавали потужну підтримку в період євроінтеграційного курсу держав. Медіависвітлення було особливо потужним у державах, де рішення про вступ до ЄС приймали на загальнонаціональному референдумі. Природно, євроскептики теж використовували медіа, але ефективність їхніх повідомлень загалом залежала від фінансової підтримки антиєвропейських груп та партій.

Кейс Швеції (1992–1994 рр.): Уряд Швеції вирішив якомога об'єктивніше інформувати про усі «за» й «проти» інтеграції до ЄС. Особливу увагу приділено тому, щоб усі повідомлення адресувалися «людині з вулиці», бо в 1992 р. 7 з 10 шведів вважали, що вони мало обізнані з ЄС²³⁹.

Уряд вирішив покласти на потенціал мас-медіа як найкращого каналу інформування громадян, оскільки переговори з ЄС були топ-темою новин і приваблювали журналістів та медіа; медіа мали найвищий ступінь довіри шведів (іноді навіть вищий ніж Уряд); хороше медіависвітлення демонструвало

²³⁷ Slama Alain-Gérard. La Tentation Féodale. *Le Figaro Magazine*. 2005. 29 January.

²³⁸ Villiers: “La grande triche du oui”, Interview de Philippe de Villiers. *Le Figaro*. 15 mars 2005.

²³⁹ Public awareness in the pre-accession period in Sweden. 2002. URL: https://slidelegend.com/public-awareness-in-the-pre-accession-period-in-sweden_59bfb2761723dd10428c5cf6.html

політичну активність уряду; медіа охоплювали широку аудиторію. Друковані медіа приділяли велику увагу питанням впливу членства на пересічних шведів. Радіо й телебачення створювали спеціальні дискусійні програми. Шведські медіа мали своїх акредитованих кореспондентів у Брюсселі.

Шведська делегація в ЄС була основним центром медіаконтактів для національних й іноземних журналістів. Основний медіамеседж мав бути про те, що переговори Швеція–ЄС проходять успішно для країни, однак насправді весь процес був досить складним. Переговори навіть порівнювали зі спортивними подіями, коли вся нація спостерігає та вболіває за перебігом подій. У лютому 1993 р. в Брюсселі Міністр з європейських питань оприлюднив вимоги Швеції, які розтиражували всі медіа під заголовком «Жорсткі вимоги Швеції». Медіависвітлення було позитивним та потужним і сприяло посиленню громадської підтримки дій Уряду.

Уряд мав намір створити спеціальний орган, який би проводив щоденний моніторинг преси задля впливу на медіа для «коректування» неправдивої чи помилкової інформації. Однак, у зв'язку із сильними традиціями свободи преси у Швеції вирішено обмежитися коментарями з приводу хибних повідомлень.

На національному та комерційному телебаченні транслювали рекламні споти, обмежена рекламна кампанія була на національному й місцевому радіо та в пресі. Основний меседж реклами: «Вам потрібна інформація перед референдумом, щоб сформувати свою думку. Пропонуємо неупереджену інформацію. Ідіть до бібліотеки, телефонуйте до call-центру, замовляйте брошури»²⁴⁰. Особливо акцентовано на інформуванні людей з обмеженими фізичними можливостями, емігрантів, учителів і бібліотекарів, жінок (про переваги членства в ЄС для жінок).

Департамент журналізму та масових комунікацій університету Готенбурга у своєму огляді засвідчив, що за місяць до референдуму інтерес громадськості зріс, проте населення вагалось, як голосувати. 78 % шведів хотіли отримати ще більше інформації з медіа. Дві третіх громадян вважали, що легко знайти інформацію про ЄС. 75 % знали про наявність інформації про відносини ЄС та Швеції, але не читали її чи то через брак часу, чи то складність самої інформації. За місяць до референдуму 40 % громадян вважали, що знають достатньо про ЄС (кілька місяців раніше цей відсоток дорівнював 60 %). Громадяни були розгублені перед вибором курсу держави й скаржилися, що Секретаріат (відповідав за інформаційну кампанію) не радить, як їм потрібно голосувати. У Звіті Департаменту журналізму та масових комунікацій указували, що громадяни Швеції серйозно зацікавлені питанням європейської інтеграції держави, емоційно переймаються майбутнім Швеції та своїх сімей.

Наслідком такої скрупульозної комунікаційної політики стало голосування на референдумі 13 листопада 1994 р.: 52,27 % громадян Швеції проголосували за вступ до ЄС.

²⁴⁰ Public awareness in the pre-accession period in Sweden. 2002. URL: https://slidelegend.com/public-awareness-in-the-pre-accession-period-in-sweden_59bfb2761723dd10428c5cf6.html

Опитування Євробарометра щодо використання медіа в Європейському Союзі (2016 р.)²⁴¹ виявило:

- зростання використання інтернету та онлайн-соціальних мереж у медіазвичках європейців;
- зростання рівня довіри до медіа;
- підвищене відчуття недостатньої поінформованості про європейські справи;
- посилення інтернету серед джерел інформації про національні та європейські політичні питання, причому телебачення залишається лідером;
- збільшення використання інтернету для пошуку інформації про Європейський Союз;
- висвітлення Європейського Союзу в засобах масової інформації здебільшого розглядається як об'єктивне;
- зростання визнання політичної користі онлайн-соціальних мереж, але також посилення критики ненадійності інформації, яку вони містять.

У 2021 р. представлено Підсумковий звіт «Медіависвітлення європейських справ»²⁴², мета якого – «дослідження умов, які впливають – сприяють або перешкоджають – висвітленню тем ЄС у різних сегментах медіа». Це – ключовий крок для інформування щодо майбутніх рішень у сфері мультимедійних дій, сприяння кращому відображенню ситуації в європейських медіа та сприяння розумінню еволюції й функціонування сектору. «Відповідне висвітлення справ ЄС із європейського погляду означатиме, що глядачі сприйматимуть медіакомпанію як унікальне джерело актуальних новин про ЄС і країни-члени; новини є об'єктивними та інформативними, забезпечують правильний баланс для глядачів між місцевими, європейськими й міжнародними новинами, сприяючи обговоренню європейських проблем та почуттю європейської ідентичності»²⁴³.

«Справи ЄС» визначені як усі релевантні новини з «європейської перспективи», виходячи за рамки вузького розуміння щоденних новинних повідомлень про діяльність основних інституцій ЄС. Дослідження включає оцінку таких тем:

- економічні, політичні та культурні справи всіх держав-членів у порівнянні й зіставленні, тобто як держави вирішують однакові питання;
- рішення, прийняті на національному й регіональному рівнях, які можуть сформуванати погляди на ЄС або вплинути на повсякденне життя значної кількості громадян ЄС в інших державах-членах;

²⁴¹ Media Use in the European Union. *Standard Eurobarometer* 88. Autumn 2017. URL: <https://op.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/a575c1c9-58b6-11e8-ab41-01aa75ed71a1/language-en/format-PDF/source-search>

²⁴² Media Coverage of European Affairs – Final Report. *Shaping Europe's Digital Future*. 2020. URL: <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/library/media-coverage-european-affairs-final-report>

²⁴³ Ibidem

• економічні, політичні та культурні справи однієї країни-члена ЄС, що демонструє громадянам інших країн ЄС, як вирішуються питання, що становлять спільний інтерес.

Щоб вважатися «справами ЄС», ці теми повинні висвітлюватися з «європейського погляду», яка, як пояснює Європейська комісія, мусить мати принаймні одну з таких характеристик:

• звіт про справи ЄС у найширшому сенсі, тобто вихід за межі щоденних новин про діяльність інституцій Європейського Союзу;

• повідомлення національних новин із транскордонного погляду й питань, які безпосередньо впливають на політику Європейського Союзу;

• звіт про міжнародні справи, які прямо чи опосередковано стосуються громадян ЄС, ураховуючи європейську перспективу (наприклад за допомогою коментаторів, котрі проживають у ЄС або обіймають посади, які дають їм право коментувати з європейського погляду).

*Висновки дослідження*²⁴⁴:

Традиційні медіа (газети та радіо) неухильно занепадають, але телебачення залишається найбільш популярним медіасередовищем європейців. Хоча існують значні розбіжності серед держав-членів, упродовж останнього десятиліття в Європі розвивалися вебсайти й соціальні мережі як джерела інформації.

Двоє з трьох європейців не вважають себе поінформованими в справах ЄС, проте простежено позитивну динаміку частки громадян ЄС, які вважали себе добре поінформованими з цього питання. Європейці схильні покладатися на джерела інформації, які вони вважають більш надійними для складних і специфічних питань, таких як справи ЄС. Громадяни ЄС вважають за краще користуватися перевіреними і якісними джерелами стосовно справ ЄС. Традиційні медіа (радіо, газети та телебачення) заслуговують на довіру, тоді як більшість європейців не довіряють жодному інтернет-джерелу чи соцмережам (соціальні мережі не є одними з найпомітніших джерел, котрі інформують про справи ЄС).

Незважаючи на відсутність розвиненого європейського медіапростору, європеїзацію новин можна спостерігати як у горизонтальному плані і з підвищеною увагою до інших європейських країн, так і по вертикалі, з більш помітним місцем для інституцій ЄС.

Європа залишається маяком свободи преси, але в останні роки стався тривожний спад: незалежність медіа й свобода преси в Європі зменшилися (пов'язано з приватизацією медіасектору). Журналісти стикаються з більш нестабільними умовами праці, ніж у минулому.

Інтерес до ЄС або політичних дебатів в інших країнах може залежати від освіти; існує кореляція між економічним розвитком та висвітленням справ ЄС. Вищий професіоналізм журналістики, імовірно, позитивно вплине на висвітлення справ ЄС, як і культурні, історичні та мовні чинники.

²⁴⁴ Media Coverage of European Affairs – Final Report. *Shaping Europe's Digital Future*. 2020. URL: <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/library/media-coverage-european-affairs-final-report>

Чим більше медіа й громадська думка поляризовані, тим менше імовірно, справи ЄС повинні широко висвітлюватися, бо справи ЄС переплетені із загальними політичними дебатами, й, отже, розглядаються інструментально або поверхово. І проєвропейські медіа, і медіа, налаштовані проти ЄС більш схильні висвітлювати справи ЄС, хоча й значно інакше. Широка проєвропейська редакційна політика, зазвичай, асоціюється з більш детальним висвітленням справ ЄС; а редакційна лінія, спрямована проти ЄС, асоціюється з більшою кількістю загальнотематичних статей про ЄС.

Висвітлення справ ЄС потребує досвідчених журналістів, які добре розуміються на темі й мають особисту мережу поширення новин. Висока кваліфікація повинна супроводжуватися адекватною заробітною платою та умовами праці, інакше журналісти можуть шукати іншу професійну діяльність (наприклад PR або консультації). Брак ресурсів, орієнтація журналістики на клікбейтінг і тренд підвищення інтересу до місцевих новин та розваг ускладнює «втиснення» європейського виміру в медіаконтент. У деяких випадках справи ЄС висвітлюються добре, проте аудиторія залишається обмеженою. Стосовно залучення аудиторії в тематику справ ЄС важливо зробити складні питання легкими й цікавими для широкої громадськості. Довіра до медіа є вагомою передумовою ефективного медіавпливу та ключем до запобігання поширенню дезінформації і її небезпечних наслідків для демократії.

Потенційні прогалини та можливості:

- висвітлення справ ЄС часто розпорошене серед багатьох медіа та вебсайтів. Отже, можна створити спонсоровану ЄС цифрову платформу для збору якісних новин для покращення висвітлення справ ЄС;

- мовні бар'єри сприймаються як серйозна перешкода для якісного охоплення тематики ЄС. Отож будь-яка ініціатива, спрямована на подолання цих проблем, наприклад сприяння комп'ютерному перекладу, надає можливість покращити висвітлення справ ЄС;

- європейська публічна сфера та якісна журналістика в справах ЄС усе ще перебувають у зародковому стані. Отже, будь-які дії, ужиті ЄС для їх активної підтримки, можуть виявитися корисними.

Інформаційні ресурси ЄС

Усі журналісти держав-членів ЄС отримують більшість інформації про ЄС від пресекретарів та речників Європейської комісії через офіси національного представництва. Одна з основних функцій представництв – установити тісніші й міцніші контакти з громадськістю, урядами, медіа держав-членів.

Іншим офіційним джерелом новин про ЄС, із яким часто консультуються журналісти, є доповіді, статті, редакторські записки «фабрик думок» та інших неприбуткових організацій: European voice, Euractiv, Центр європейських політичних студій (Centre for European Policy Studies), Agence Europe, асоціації журналістів і ресурсні центри, зокрема Міжнародна асоціація преси (International Press Association), Європейська федерація журналістів (European

Federation of Journalists (EFJ)), Міжнародний пресцентр (International Press Centre), онлайн-публікації.

Загалом із журналістами прямо контактують прес-секретарі чи інформують непрямо через електронну пошту та бюлетені з різноманітних аспектів порядку денного ЄС, спеціальних подій і політичних рішень. Акредитовані журналісти мають доступ до пресрелізів і бекграундових матеріалів, які розсилає Комісія через свою віртуальну прескімнату; можуть завантажувати аудіовізуальні матеріали та брати участь у зустрічах і семінарах. Їм надано можливість переглядати наживо щоденні брифінги на каналі «Europe by Satellite», який також подає сесії Європейського парламенту та деякі пресконференції Ради міністрів. Хоча Комісія проводить тренінги для підвищення професійності журналістів, проте регіональні й місцеві газети можуть не мати достатньо ресурсів, щоб забезпечити своїм працівникам навчання в Брюсселі.

Більшість регіональних і місцевих журналістів інформують про ЄС лише тоді, коли питання стосується національного порядку денного. Вони отримують матеріали з непрямих джерел: вебсторінок; пресматеріалів, отриманих національним представництвом Комісії чи пресслужбою уряду; національних пресагенцій. Їхні контакти з комісарами ЄС, речниками чи членами Європейського парламенту нечасті. Очевидно, що медіа зі спеціальним кореспондентом у Брюсселі отримує якіснішу інформацію з подій, що стосуються політик ЄС, ніж те, яке покладається на свого місцевого журналіста чи на агенцію новин.

Генеральний директорат (ГД) із комунікації (до 2005 р. – Генеральний директорат преси та комунікації) вбачає місію в підтримці комунікації в усій Комісії. На вебсторінці ГД із комунікації визначає свою місію: «інформувати Комісію про еволюцію поглядів у державах-членах; координувати діяльність представництв; централізувати всі контакти з медіа; шукати забезпечення спільного підходу до комунікації та інформації в межах Комісії. Це передбачає контакти з Генеральними директоратами та службами Комісії, які мають інформаційні підрозділи для секторної інформації»²⁴⁵.

Команда планування й координації відповідає за підготовку комунікаційного порядку денного на основі інформації від усіх ГД та ГД із комунікації. Служба спікера, що перебуває під прямою політичною владою Президента, – ключовий компонент ГД із комунікації; вона відповідає за донесення політичних пріоритетів Комісії для медіа та встановлює порядок денний для кореспондентів ЄС. На службу покладено зобов'язання посилити якісний контроль пресрелізів, щоб адаптувати найважливіші тексти до локальної аудиторії.

Місія Генерального директорату з комунікацій – інформувати мас-медіа та громадськість про діяльність Комісії, її цілі й завдання; інформувати Комісію про обговорення питань, що стосуються ЄС, у державах-членах. Генеральний директорат із комунікації є офіційним голосом Європейської комісії у взаємодії

²⁴⁵ Directorate General Communication. 2022. URL: https://commission.europa.eu/about-european-commission/departments-and-executive-agencies/communication_en

із медіа та, зазвичай, першим портом для журналістів, які висвітлюють питання, що стосуються Комісії. Основне завдання – відкрито, прозоро і якомога доступніше поінформувати про роботу Комісії. Роль пресслужби – інформувати Комісію про те, що говорить про них світова преса. Специфічні завдання ГД та Служби спікера:

- доступність для журналістів, щоб пояснити й інформувати їх про політику ЄС та ініціативи Комісії;
- проведення щоденних брифінгів для преси опівдні в пресцентрі Комісії;
- організація пресконференцій для уповноважених, а також технічні брифінги для посадовців високого рівня;
- надання й розповсюдження пресматеріалів (пресрелізів, довідкових матеріалів і т.ін.) і аудіовізуальних матеріалів (фото, звуку, відео);
- проведення інтерв'ю та двосторонніх брифінгів для журналістів;
- організація інтерв'ю й брифінгів з уповноваженими або посадовими особами;
- акредитація для журналістів, телевізійників і фотографів;
- інформування національних і регіональних ЗМІ в державах-членах через представників Комісії;
- координація інтернет-інформації (вебсайт «Еурога» та кімната преси)²⁴⁶.

ГД із комунікації керує аудіовізуальною агенцією новин «Europe by Satellite» і забезпечує аудіовізуальних журналістів усіма необхідними професійними й технічними умовами. Наприкінці 2005 р. започатковано регулярні «неформальні зустрічі» між лідерами ЄС, громадянським суспільством та теле- / радіо журналістами. Ця програма транслюється «Europe by Satellite». Комісія намагається звертати особливу увагу на спеціальні потреби аудіовізуальних мовників під час організації новинарних подій²⁴⁷.

Мас-медіа відіграють ключову роль у поширенні інформації й думок із європейських питань. Зважаючи на це, Служба спікера є першим комунікантом із медіа, надаючи відповіді та пропонуючи зрозумілі аргументи журналістам. Оскільки ТБ залишається основним джерелом інформації для громадян про справи ЄС, Комісія розпочала кілька ініціатив із посилення й покращення покриття телестанцій. «Europe by Satellite», надає наживо журналістам безкоштовно відзнятий матеріал про щоденні новини та події про інституції й політики ЄС. Генеральний директорат із комунікації регулярно проводить спеціальні семінари для журналістів, щоб мати змогу також залучати не акредитованих у Брюсселі працівників мас-медіа. Інновацією стало проведення таких семінарів у будь-якій країні. Зазвичай, семінари тематично орієнтовані (наприклад економічна й фінансова криза, основні законодавчі та політичні ініціативи, цифрові медіа тощо).

²⁴⁶ Ibidem

²⁴⁷ Europe by Satellite. *European Parliament Audiovisual Services*. 2022. URL: <https://www.europarl.europa.eu/website/multimedia-centre/en/europe-by-satellite.html>

Посиленню видимості європейських справ й інформуванню місцевих мас-медіа про ініціативи Комісії сприяють представники Європейської комісії, основна мета яких у цій сфері – надавати статті в національні медіа, організувати пресконференції, відповідати на запитання журналістів; проводити тренінг журналістів; аналізувати національний і місцевий медіапростір.

Увесь процес взаємодії інституцій з громадянами ЄС проходить три «кроки», які наведено на рис. 1.11

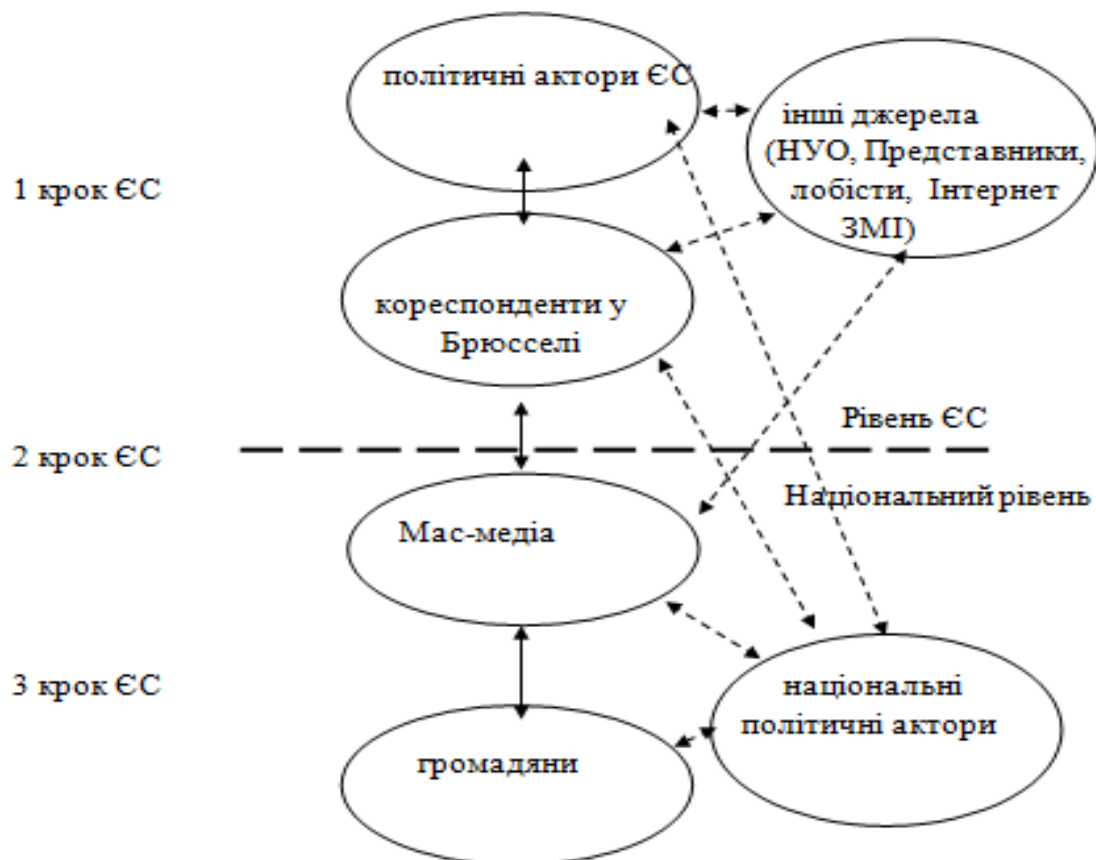


Рис. 1.11. Треступеневий процес передачі новин ЄС²⁴⁸

Створення європейських новин розглядається як треступеневий процес, у якому європейські інституції надають інформацію іноземним кореспондентам у Брюсселі (1 крок), ті, своєю чергою, відбирають і редагують новини та постачають їх медіа у країнах (2 крок), котрі інформують громадян країн ЄС (3 крок).

У ЄС не існує такого поняття, як стандартизована європейська публічна сфера. Загальноєвропейської медіасистеми не існує. Немає газет, які виходять у всьому Союзі, як, наприклад, *New York Times* чи *Washington Post* у США. Це

²⁴⁸ Balčytienė A. Political Communication Culture with a European Touch: A View from Brussels. *Sociology. Thought and Action (Sociologija. Mintis ir Veiksmas)*. 2008. № 3. P. 71 – 85.

означає, що європейців переважно інформують свої національні медіа, які відрізняються від країни до країни та мають різні погляди.

Станом на 2020 р. фахівці виокремлюють такі топ-7 найвпливовіших загальноєвропейських медіа, що висвітлюють політику й поточні події, які стосуються ЄС та Європи загалом²⁴⁹:

1. Politico: У грудні 2014 р. німецький видавець Axel Springer та американська новинарна організація Politico оголосили про спільне придбання брюссельського видання European Voice в рамках свого плану щодо запуску щотижневого європейського видання Politico. Більшість статей видання висвітлюють повсякденну діяльність Європейської комісії, Європейського парламенту, Ради ЄС і взаємодію ЄС у внутрішніх та міжнародних справах. Politico Europe також публікує профілі важливих або впливових громадських діячів у Європейському Союзі й організовує пов'язані з ЄС конференції та семінари²⁵⁰.

2. Euractiv – це цифрова новинарна платформа, що ґрунтується в Брюсселі та має офіси у Франції, Німеччині, Великобританії, Греції, Іспанії, Італії, Сербії, Румунії, Польщі, Словаччині, Чехії й Болгарії. Вона щодня публікує статті дванадцятьма мовами, і кожен національний вебсайт повторно публікує вміст із euractiv.com своїми відповідними мовами з додатковим умістом, що стосується ситуації в їхній країні в ЄС. Euractiv часто фокусується на позиціонуванні акторів ЄС на передзаконодавчому етапі прийняття рішень. Він також має угоди про обмін вмістом з іншими медіа, такими як El Pais, La Tribune, The Guardian & Der Tagesspiegel. Звіти Euractiv регулярно цитуються міжнародними газетами, такими як CNN, The New York Times, Financial Times & Le Point²⁵¹.

3. New Europe заснована в 1993 р. грецьким журналістом Безілом Коронакісом як незалежна тижнева газета. Це одне із найстаріших видань із питань ЄС у Брюсселі, що має друковану та цифрову форми. Основну увагу приділено справам ЄС і єврозони, причому більшість статей газети висвітлюють повсякденну роботу щодо формування політики ЄС та відносини ЄС з іншими глобальними гравцями. Із 2012 р. New Europe публікує щорічне видання «Наш світ», яке містить коментарі й думки про майбутній рік від ключових зацікавлених сторін і політиків із Європи та широкого міжнародного співтовариства²⁵².

4. Euronews – це група багатомовних медіа (телебачення, онлайн, мобільні додатки, вебрадіо), зі штаб-квартирою в Ліоні, Франція. Euronews створено в 1993 р., щоб врівноважити CNN International у Європі, висвітлювати світові новини із загальноєвропейського погляду та сприяти європейській інтеграції. Місія Euronews – дати потужну відповідь CNN – успішно виконана.

²⁴⁹ Papagiannenas Stavros. 7 Top-Media for EU Affairsю. *StP Communications*. February 4. 2020. URL: <https://www.stpcommunications.com/post/7-top-media-for-eu-affairs>

²⁵⁰ Politico. 2022. URL: <https://www.politico.eu/>

²⁵¹ Euractiv. 2022. URL: <https://www.euractiv.com/>

²⁵² New Europe. 2022. URL: https://twitter.com/New_Europe

Він охоплює понад 400 млн домогосподарств у 155 країнах і транслює 12 різними мовами: англійською, французькою, німецькою, італійською, іспанською, грецькою, португальською, угорською, російською, арабською, перською та турецькою²⁵³.

5. E!Sharp є одним із найстаріших (онлайн) журналів з питань справ ЄС. Він розпочався з друкованої версії у 2002 р. задля залучення ширшої аудиторії та спонукання до роздумів й аналізу ЄС і місця Європи у світі. За допомогою дебатів, коментарів і гумору він демістифікує складність Європейського Союзу. Пол Адамсон є засновником компанії E!Sharp, котра нещодавно змінила назву на Encompass²⁵⁴.

6. EUobserver – це некомерційна незалежна інтернет-газета, заснована у Брюсселі в 2000 р. датською журналісткою Лісбет Кірк. Вона надає як щоденні звіти, так і детальне висвітлення міжнародних справ, пов'язаних із Європейським Союзом. Кірк описала роль, яку EUobserver відіграє як загальноєвропейське онлайн-новинне середовище, як «дедалі важливішу для громадських дебатів і демократії», пропорційно «збільшенню кількості важливих рішень, котрі приймаються на європейському рівні»²⁵⁵.

7. The Parliament Magazine – це журнал про політику ЄС, який висвітлює новини, думки й коментарі Європейського парламенту. Це захопливий форум для обговорення останніх подій у політиці ЄС, на якому регулярно виступають відомі європейські політики і його редакційна команда²⁵⁶.

Інші ресурси:

Європейська комісія заохочує співпрацю з мас-медіа, гарантуючи редакторську незалежність. Окрім згаданого каналу «Euronews», Комісія підтримує радіомережу «Euranet Plus», яка діє в 16 державах-членах ЄС, реалізовує мовлення 14-ма мовами для 22 млн слухачів упродовж 1,200 годин на рік. Мета «Euranet Plus» – посилити обізнаність громадян і розуміння справ у ЄС завдяки кращому інформуванню й стимулюванню обміну думками, дискусіям. Радіомережа намагається заповнити інформаційну прірву між ЄС і громадянами, забезпечивши краще взаєморозуміння в Європі. Мережа відкрила також агенцію новин «Euranet Plus» у Брюсселі, щоб надавати високоякісну свіжу інформацію з центра ЄС саме з наднаціонального погляду²⁵⁷.

У 2009 р. розпочав роботу багатомовний новинарний портал «Presseurop», профінансований Європейською комісією, який перекладав і публікував статті десятима мовами, що стосувалися ЄС, зокрема політики, культури, економіки та суспільних проблем регіону. Місія «Presseurop» – представляти громадські дискусії із широкого кола питань, що стосуються Європейського проекту, та «оживити» ЄС крізь призму висвітлення в новинах 27 (на той час) країн-членів.

²⁵³ Euronews. 2022. URL: <https://www.euronews.com/>

²⁵⁴ Encompass. 2022. URL: <https://encompass-europe.com/>

²⁵⁵ EUobserver. 2022. URL: <https://euobserver.com/>

²⁵⁶ The Parliament Magazine. 2022. URL: <https://www.theparliamentmagazine.eu/>

²⁵⁷ Euranet Plus. 2022. URL: <https://euranetplus-inside.eu/>

У грудні 2013 р. ЄК припинила фінансування, а з травня 2014 р. на волонтерській основі почав діяти портал «VoxEurop.eu», щоб замінити «Presseurop»²⁵⁸.

За ініціативи та підтримки ЄК створено й інші канали інформування громадян ЄС.

Вебпортал ЄС «Europa»²⁵⁹ – найбільший публічний вебсайт світу, багате джерело інформації – відіграє ключову роль у комунікаційних зусиллях Комісії. Портал почав діяти в лютому 1995 р. із нагоди зустрічі міністрів Великої сімки з питань інформаційного суспільства, яка була організована Комісією в Брюсселі. Хоча із самого початку сайт створено для цієї події, проте згодом ЄК вирішила перетворити його в корисне джерело інформації для всіх, яке б спеціалізувалося на питаннях Договорів ЄС та роботі інституцій Союзу.

«Europa» пропонує широкий спектр інформації з європейської інтеграції щодо цілей ЄС, політик та інституційних заходів. Портал створений так, щоб надати якомога легший доступ для найбільшої кількості користувачів, задовольнивши вимоги відкритості інституцій ЄС. Наголошено на доступі до інформації не лише для неповносправних людей (для скорочення цифрового розподілу), а й подачі інформації якомога більшою кількістю мов ЄС. Мета домашніх сторінок – допомогти пересічним користувачам знайти офіційну інформацію про ЄС і послуги на вебсайті, надати інформацію про діяльність ЄС.

ГД із комунікації несе пряму відповідальність за головні сторінки «Europa», зокрема за домашню сторінку, сайти загальної інформації, на які можна прямо зайти з «Europa», за домашню сторінку Комісії, загальну координацію сайтів Генеральних директоратів і служб Комісії. Кожна інституція, ГД чи служба несуть персональну відповідальність за індивідуальний стиль і контент своїх сайтів. Перевагами такого децентралізованого управління є те, що контент поповнюють та поновлюють швидше й ближче до зацікавленого джерела, а це суттєво покращує точність матеріалу. На регулярній основі проводять інституційні зустрічі, на яких обговорюють розробку головних сторінок та присутність ЄС в інформаційному просторі.

Увесь сайт організовано за принципом «перевернутої піраміди»: головні сторінки просто й доступно пояснюють основні політики для непрофесіоналів, спеціалізовану та детальну інформацію подано на глибших рівнях. Домашня сторінка також надає швидкий лінк до інституцій й органів ЄС, контактну інформацію, новини.

Оскільки рішення та діяльність ЄС впливають на мільйони громадян Союзу, то останні мають право знати, як європейські інституції готують ці рішення, хто бере участь у їх розробці, хто отримує фінансування з бюджету ЄС, які документи створюють для підготовки законодавчих актів. Із цією метою на сайті «Europa» в 2012 р. ЄК створила портал Транспарентності, на якому

²⁵⁸ VoxEurop.eu.. 2022. URL: <https://voxeurop.eu/en/>

²⁵⁹ Your Gateway to the European Union. 2022. URL: https://european-union.europa.eu/index_en

також можна отримати доступ до документів, висловити свою думку, а отже, долучитися до процесу прийняття рішень²⁶⁰.

Для реалізації завдань у сфері комунікації на рівні інституцій та для позиціонування ЄС на міжнародній арені створено спільну інформаційну службу ЄС «Europe Direct», яка здійснює інформування громадськості про політику ЄС, процес європейської інтеграції, відповідає на запити та надає інформацію офіційними мовами ЄС. Представники служби працюють в усіх країнах Союзу в інформаційних центрах і в Європейських центрах культури й документації²⁶¹. Комісія також розробила послугу «a one stop-shop», коли громадяни можуть отримати всю необхідну для них інформацію в одному місці – на порталі «Your Europe»²⁶², який спрощує доступ до інформації та надає допомогу різними мовами з питань прав громадян ЄС. Широкий спектр інформації доповнено корисними посиланнями на зовнішні джерела, а також доступом до консультацій.

ГД із комунікації керує Центрами європейської документації у вищих навчальних закладах і мережею незалежних доповідачів, відомих як «Командна Європа» (Team Europe), а також підтримує діяльність трьох найбільших інформаційних центрів у Лісабоні, Парижі й Римі. Ці джерела інформації охоплюють усі політики ЄС та загалом створені саме для неспеціалізованої аудиторії.

Іншими е-послугами, зорієнтованими на інформування й дослуховування до громадян, їх залучення до комунікації про ЄС, є такі:

«Europass» – це сервіс, що надається через мережу національних центрів та інтернет-портал, пропонує корисну інформацію та інтерактивний інструмент для створення резюме й мовного паспорта «Europass» за допомогою інтерактивних навчальних посібників і керівництв. Послуга доступна 27-ма мовами²⁶³.

«Твій голос у Європі» (Your Voice in Europe²⁶⁴) – портал, запущений у жовтні 2001 р. в рамках Ініціативи з інтерактивної політики. Цей сайт орієнтований як на бізнес, так і на громадян (зокрема споживачів), показуючи їм, як вони можуть бути активно залучені в політику. Користувачі можуть висловити свою думку про нові ініціативи, обговорити майбутнє Європи; вони отримують зворотний зв'язок про те, як зафіксовані правила застосовуються і навіть як подавати скарги.

«EUR-Lex»²⁶⁵ портал – відкритий, багатомовний засіб доступу до законодавства ЄС. Основу проєкту становлять – Офіційний журнал ЄС, міжнародні договори та чинне законодавство; серія документів Європейської комісії, судові рішення. Він також містить посилання на інші джерела

²⁶⁰ Transparency Register. 2022. URL: <https://ec.europa.eu/transparencyregister/public/homePage.do?redir=false>

²⁶¹ Contact the EU. 2022. URL: https://european-union.europa.eu/contact-eu_en

²⁶² Your Europe. 2022. URL: https://europa.eu/youreurope/index_en.htm

²⁶³ Europass. 2022. URL: <https://europa.eu/europass/uk>

²⁶⁴ Your Voice in Europe. 2003. URL: <http://www.networkforeurope.eu/your-voice-europe>

²⁶⁵ EUR-Lex. 2022. URL: <https://eur-lex.europa.eu/homepage.html>

інформації, зокрема реєстри установ і відповідні законодавчі сайти ЄС та держав-членів. Це – база даних міжвідомчих процедур, покликаних сприяти моніторингу процесу прийняття рішень між Комісією та іншими інституціями. Вона включає всі офіційні документи (пропозиції, рекомендації), котрі законодавці (Рада й Парламент) передали Комісії й інші установи та організації. База даних дає змогу легко отримати відповідні електронні документи, доступні на сайтах Комісії. Інформація, що зберігається в базі даних, охоплює період із 1976 р. й оновлюється щоденно.

«Joinup»²⁶⁶ – портал, котрий сприяє спільному використанню та поширенню програмних засобів із відкритим кодом (OSS), семантичних наборів тощо. Платформа призначена для забезпечення постійного зв'язку, надання інструментів і засобів спільної роботи для державних установ, політиків, розробників та експертів, які беруть участь у розробці інтегрованості державних інформаційних систем.

«Ploteus»²⁶⁷ -портал про можливості навчання на всьому європейському просторі. Його мета полягає в полегшенні доступу до інформації про можливості навчання в ЄС, ЄЗВТ і країнах-кандидатах, особливо наголошуючи на підтримці мобільності в Європі в галузі освіти й підготовці кадрів. Студенти, які шукають роботу, працівники, батьки, учителі та консультанти можуть знайти інформацію про можливості навчання в університеті, професійну освіту й навчання на європейському, національному та регіональному рівнях.

«The European e-Justice Portal»²⁶⁸ – Європейський портал електронного правосуддя, запущено 2010 р. Він став першим кроком у створенні точки багатомовного онлайн-доступу до правової інформації, яка полегшує життя громадянам, бізнесменам і практикам у Європі. Портал надає найновішу інформацію, що стосується прав громадян у ЄС та вирішення спорів у суді й за його межами. Уся інформація подана 23-ма мовами ЄС.

У 2011 р. Комісія прийняла стратегію покращення комунікації про ЄС зі школами та молодими людьми. Для поширення інформації для дітей і вчителів створено сайт «Дитячий куточок» (Kid's Corner²⁶⁹), де можна знайти ігри, загадки, конкурси та доступну для дітей інформацію про Європу. Уся інформація структурована за віковими групами, доступна всіма офіційними мовами ЄС. Розроблено також «Куточок учителя», де подано навчальні матеріали для педагогів.

Упродовж 2011 р. ГД із комунікації заснував мережу соціальних медіа (Social Media Network (SMN)), щоб посилити політичну комунікацію, обмін знаннями й тренінг експертів-практиків соціальних комунікацій у всій Комісії. ГД із комунікації керує акаунтами Комісії в Twitter та Facebook, допомагає Кабінетам, Спікеру й Представникам застосовувати соціальні медіа в професійній діяльності.

²⁶⁶ Joinup. 2022. URL: <https://joinup.ec.europa.eu/>

²⁶⁷ Ploteus. 2022. URL: <https://ec.europa.eu/eures/main.jsp?catId=9522&acro=news&lang=en>

²⁶⁸ The European e-Justice Portal. 2022. URL: <https://e-justice.europa.eu/home?action=home>

²⁶⁹ Kids' Corner. 2022. URL: https://europa.eu/kids-corner/banner/index_en.htm

У 2011 р. Європейський парламент та «Eurobarometer» уклали рамковий контракт, який уможлиблює швидкі опитування громадської думки через стаціонарні й мобільні телефони, інтернет. Це дає змогу опитати цільові групи та ознайомити з результатами Комітети ЄП, окремих посадовців.

Отже, можемо зробити висновок, що насправді не існує проблеми поганого висвітлення справ ЄС чи недостатніх інформаційних ресурсів із тематики Спільноти. Навпаки, ресурсів є навіть надлишок, проблема ж полягає в ефективному, якісному відборі й опрацюванні інформації та подачі її не лише з національного погляду, але й з перспективи всього ЄС.

Публічна дипломатія та зв'язки з громадськістю як компоненти стратегічних комунікацій ЄС

Антоніна ШУЛЯК

Публічна дипломатія та зв'язки з громадськістю є ключовими компонентами стратегічних комунікацій Європейського Союзу. Їх важливість полягає в тому, що вони дають змогу забезпечити взаєморозуміння й сприяють підтримці ЄС від громадськості, підвищують рівень довіри до установ та їхньої діяльності. Публічна дипломатія ЄС уключає такі елементи, як медіакомунікації, культурні програми, візити ЄС, розробка інформаційних матеріалів і їх розповсюдження, співпраця з міжнародними та національними організаціями, а також зв'язки з громадськістю й інтернет-комунікації. Зв'язки з громадськістю – планування та реалізацію заходів, просування інформації через різні медіа, забезпечення доступності інформації про діяльність, а також взаємодію з громадськістю та медіа.

Публічна дипломатія є ключовим компонентом стратегічних комунікацій Європейського Союзу. Вона відображає прагнення до взаєморозуміння, співпраці й підтримки зі світом і надає змогу забезпечити належне сприйняття та розуміння ЄС як актора міжнародної політики. Також передбачено широкий спектр дій, що забезпечують взаємодію з різними групами людей й організаціями на різних рівнях. Вона може включати проведення кампаній з освітнього аспекту, візити, медіакомунікації, проведення конференцій, семінарів та інших подій, спрямованих на підвищення свідомості й знань про Євросоюз. Головна мета публічної дипломатії полягає в тому, щоб донести інформацію про ЄС та його політику в міжнародній спільноті та підвищити його вплив й авторитет на міжнародній арені. При цьому публічна дипломатія ЄС ґрунтується на принципах прозорості, відкритості та взаємодії, що дає змогу побудувати довіру й залучити підтримку з боку різних груп людей.

Отже, публічна дипломатія це важливий інструмент для забезпечення ефективних стратегічних комунікацій та взаємодії з міжнародною спільнотою, що допомагає зміцнити позиції ЄС на світовій арені та підтримати його розвиток і процвітання.

Міжнародні зв'язки з громадськістю ЄС є також важливим компонентом стратегічних комунікацій Європейського Союзу. Це означає здійснення зв'язків із громадськістю й іншими зацікавленими сторонами в рамках міжнародного середовища задля підтримки політики ЄС, сприяння зміцненню відносин з іншими державами та регіонами світу та встановлення ефективної співпраці. Зв'язки із громадськістю передбачають проведення активних комунікаційних заходів, таких як діалог, консультації й співпраця з міжнародними організаціями, громадськими організаціями та іншими зацікавленими сторонами. Ці заходи мають на меті роз'яснити головні пріоритети й цілі ЄС та сприяти формуванню позитивного іміджу ЄС у міжнародному співтоваристві.

Важливою частиною зв'язків із громадськістю ЄС є використання нових технологій і соціальних мереж для взаємодії зі світом та надання інформації про ЄС і його політику. Це може включати використання різних медіа-каналів, таких як вебсайти, соціальні мережі, відео- й аудіоматеріали, електронні листи та інші інструменти комунікації.

Крім того, міжнародні зв'язки з громадськістю ЄС сприяють установам довіри й вирішенню конфліктів за допомогою діалогу та конструктивного співробітництва. Це може включати роз'яснення позиції ЄС щодо ключових глобальних питань, таких як зміна клімату, безпека, міжнародна торгівля, права людини та інші. Загалом, зв'язки з громадськістю ЄС є важливим інструментом для забезпечення успішної реалізації зовнішньої політики ЄС, сприяння зміцненню відносин з іншими державами та регіонами світу та підтримки партнерських відносин з громадськими організаціями та іншими зацікавленими сторонами.

Міжнародні зв'язки з громадськістю ЄС здійснюються через співпрацю з різними партнерами, включаючи дипломатичні місії ЄС, національні уряди, міжнародні організації та неправління організації. Основними інструментами міжнародних зв'язків із громадськістю ЄС є:

- організація заходів, конференцій, семінарів і круглих столів, на яких обговорюються різні питання, пов'язані з політикою ЄС;
- розробка та здійснення комунікаційних кампаній, спрямованих на підтримку політики ЄС;
- реалізація різних проектів співпраці між ЄС та іншими країнами й регіонами світу;
- організація культурних заходів та виставок, що сприяють взаєморозумінню й обміну культурними цінностями між різними країнами;
- забезпечення доступної та точної інформації про політику ЄС і різні ініціативи, що реалізуються ЄС.

Такі зусилля є важливим компонентом стратегічних комунікацій ЄС, оскільки вони дають змогу побудувати партнерські відносини з іншими державами й міжнародними організаціями, залучити підтримку та підтримку інших країн і громадських організацій у реалізації спільних ініціатив і проектів.

Особливо актуалізованою концепція «стратегічних комунікацій» постала у вимірі міжнародної безпеки, де справа стосується впливу на інших учасників

стратегічної взаємодії шляхом застосування інформаційних операцій, таких, зокрема, як електронна боротьба, операції в комп'ютерних мережах, військова омана для отримання переваг, необхідних для стратегічної перемоги. За такого сценарію розвитку подій на світовій арені стратегічні комунікації допомагають міжнародному акторові сформувати зрозумілу стратегічну перспективу й посилити власну ефективність щодо вдосконалення наявних та формування нових мереж міжнародної взаємодії, що надає нові можливості для досягнення національних цілей та реалізації національних інтересів.

Стратегічні комунікації – важлива складова частина управління складними соціальними системами, такими, як держава, міністерства, адміністративні регіони, міжнародні організації, бізнесові корпорації, політичні та громадські структури, фінансові установи тощо²⁷⁰. Також це інтегроване використання різноманітних комунікативних інструментів для просування й захисту інтересів системи в довгостроковій перспективі, відповідно до її місії та стратегічних цілей.

У 2004 р. Оборонна наукова рада Міністерства оборони США підготувала новий звіт «Заключний звіт Оперативної групи Оборонної наукової ради зі стратегічних комунікацій». У ньому стратегічні комунікації – це «багатоманіття інструментів, що використовуються державою для генерування розуміння глобальних відносин та культур, залучення в діалог ідей між людьми й інституціями, консультування осіб, які приймають рішення, дипломатів і військових лідерів щодо того, які наслідки для суспільної думки матимуть політичні рішення та впливу на відношення й поведінку за допомогою комунікативних стратегій»²⁷¹.

Ключова думка звіту – «стратегічні комунікації є життєво важливими для національної безпеки США та її зовнішньої політики». Там же сформульовано й ті елементи, які становлять ядро системи стратегічних комунікацій:

- публічна дипломатія,
- публічні відносини (public affairs),
- послуги міжнародного мовлення,
- інформаційні операції.

Процеси глобалізації, інтеграції, що активно розвиваються в останнє десятиліття зумовлюють небачений розвиток регіональних міжурядових організацій, які інтегрують усе більше країн, об'єднуючи цілі континенти, та перебирають усе більше наднаціональних повноважень. Із подальшим розвитком інформаційно-комунікаційних технологій, розвитком соціальних мереж, перебранням усе більшої кількості повноважень держав, міжнародні організації починають перейматися питаннями сприйняття себе в інших регіонах, країнах, формування іміджу своїх політичних лідерів серед населення інших країн та власних інтеграційних об'єднань. Отже, питання розвитку публічної дипломатії набуває все більшої актуальності,

²⁷⁰ Стратегічні комунікації та нові медіа. URL: <http://start.karazin.ua/programs/7/13/061/144>

²⁷¹ Дубов Д. В. Стратегічні комунікації: проблеми концептуалізації та практичної реалізації. *Стратегічні пріоритети*. № 4 (41). 2016. С. 12.

наднаціональні структури міжнародних інтеграційних об'єднань дуже активно використовують методи публічної дипломатії у власній діяльності, створюючи окремі підрозділи у своїх структурах управління²⁷².

Європейський Союз як політичне та економічне утворення, що об'єднує європейські країни задля спільного розвитку, безпеки, процвітання та зміцнення єдності в Європі, є найбільшим світовим економічним блоком зі спільним внутрішнім ринком, що забезпечує вільний рух товарів, послуг, капіталу й людей між країнами-членами. Із розвитком інформаційних технологій усе більше поширюється публічна дипломатія окремих країн-учасниць і Європейського Союзу загалом. Комплексна ефективність реалізації публічної дипломатії, й окремими країнами-учасницями, і ЄС стає чинником гарантування безпеки всього об'єднання. Як підкреслює М. Трофименко, глибина інтеграції в ЄС, зокрема в питаннях публічної дипломатії та міжнародних відносин, робить їх унікальними, актуальними й цікавими для дослідження²⁷³.

Тлумачення поняття публічної дипломатії від Європейської комісії викладене в буклеті стосовно святкування 50-ої річниці ЄС: публічна дипломатія має справу з впливом на громадську думку. Її мета – просувати інтереси ЄС шляхом розуміння, оповіщення та впливу, тобто чіткого пояснення завдань, політичних заходів, діяльності ЄС і сприяння розумінню цих завдань через діалог з окремими громадянами, групами, установами й ЗМІ. Публічна дипломатія ЄС зазвичай спрямована на зарубіжну аудиторію та здійснюється за кордоном.²⁷⁴

Публічна дипломатія ЄС складається з різноманітних заходів і стратегій, спрямованих на взаємодію з громадськістю та підвищення рівня сприйняття певних ідей, політик, культурних та економічних цінностей тощо. Основні складові частини дипломатії включають:

- комунікаційні стратегії та засоби масової інформації: інформаційний портал, соціальні мережі, пресконференції, розмови з журналістами тощо;
- культурну дипломатію: спонсорування культурних заходів, мистецьких проєктів, обмін культурними делегаціями, підтримка міжкультурного діалогу й співпраці в галузі мистецтва, літератури, науки тощо;
- економічну дипломатію: сприяння підписанню торговельних угод, залучення іноземних інвестицій, підтримка експорту товарів та послуг тощо;
- дипломатію в галузі освіти: організація обмінів студентів, сприяння розвитку міжнародної науково-технічної співпраці, підтримка розвитку освіти в інших країнах;

²⁷² Ткаченко О. В. Публічна дипломатія як інструмент формування іміджу держави в контексті державного управління. Миколаїв. 2019. 17 с.

²⁷³ Трофименко М. Трансформація публічної дипломатії Європейського Союзу в умовах глобалізації. *Вісник Львівського університету. Серія філософсько-політологічні студії*. 2015. Вип. 7. С. 298–304.

²⁷⁴ Там само.

- дипломатію в галузі спорту: організація міжнародних спортивних змагань, сприяння розвитку спорту в інших країнах, підтримка спортивної дипломатії.

Загалом, публічна дипломатія складається із широкого спектра заходів і стратегій, які спрямовані на взаємодію з громадськістю та досягнення порозуміння. Навіть якщо діяльність ЄС і спрямована на розробку формалізованої публічної дипломатії, більшість його інформаційно-пропагандистської діяльності офіційно не називається «публічною дипломатією», а описується як інформаційні, комунікаційні, освітні та культурні програми.

Представництво ЄС у США є першою установою ЄС, що почала вживати термін «публічна дипломатія» після створення Відділу преси та інформації ЄС. Європейська комісія не називає свою інформаційну діяльність публічною дипломатією, тому що її дуже часто сприймають за пропаганду. Іншою причиною небажання Союзу застосовувати термін «публічна дипломатія» може бути небажання держав-членів мати певну централізовану інституцію з питань публічної дипломатії.²⁷⁵

Метою ЄС у проведенні публічної дипломатії є сприяння його через розуміння, інформування та вплив. Такий підхід пояснює мету, лінію поведінки й діяльність ЄС, а також сприяє розумінню цих цілей через діалог з окремими громадянами, групами, установами та засобами масової інформації. Діяльність ЄС у сфері публічної дипломатії зводиться до боротьби з деякими основними стереотипами, у яких Союз є «штучною конструкцією» або організацією, що керується тільки своїми найбільш потужними державами-членами.²⁷⁶

Із моменту свого створення ЄС намагався продемонструвати себе в якості «проекту, який слугує на благо миру», що й урятувало Європу від небезпеки майбутніх війн і нестабільності. Публічна дипломатія ЄС прагне зобразити Союз як унікальну модель для наслідування іншими державами та регіональними організаціями. Утім, така позиція є трохи агресивною, застарілою й такою, що не орієнтована на майбутні покоління, які не знають усіх історичних та політичних засад процесу інтеграції у ЄС. На сьогодні ЄС позиціонує себе як:

- територія, на якій уже 50 років панують мир і спокій, стабільність та процвітання,
- охоронець засад демократії, прав людини, верховенства закону й сумлінного управління,
- вірний прихильник співробітництва та партнерства,

²⁷⁵ Трофименко М. В. Публічна дипломатія ЄС міжнародна діяльність університетів як фактор інноваційного розвитку вищої школи. *Збірник матеріалів Міжнародної науково-практичної заочної конференції* (18 вересня 2015 р.). Маріуполь, 2015, 385 с. С. 164 - 166

²⁷⁶ Балабанов К., Трофименко М. Публічна дипломатія міжнародних інститутів (ЄС, АСЕАН, НАТО). *Україна дипломатична. науковий щорічник*. 2015. №16. С.836 – 859

- захисник культурної різноманітності своїх націй.²⁷⁷

Дослідник публічної дипломатії М. Трофименко зазначає, що апарат публічної дипломатії в Євросоюзі розроблявся поступово, протягом усього процесу створення й інституційного розвитку ЄС. Створення механізму публічної дипломатії та структури пов'язане з розвитком Спільної зовнішньої політики й політики безпеки ЄС. У 2006 р. Комісія розробила Білу книгу з Європейської комунікаційної політики. У 2007 і 2008 р. Комісія підготувала стратегічні та інформативні документи щодо залучення громадян ЄС через інтернет та формування партнерства в рамках Союзу. У 2010 р. Європейська рада ухвалила резолюцію зі створення Європейської служби зовнішніх справ (ЄСЗС), що передбачило створення відділу з інформації й публічної дипломатії. Згодом Європейська рада вирішила не відкривати цей відділ, а й далі надавати більше повноважень Генеральному директорату з питань комунікацій в інформуванні цільової аудиторії. Це забезпечило формальну основу для використання публічної дипломатії.²⁷⁸

ЄСЗС координована верховним представником ЄС із закордонних справ і політики безпеки, котрий головує на засіданнях ради закордонних справ, а також керує спільною закордонною політикою та безпекою, наглядаючи за зв'язками й координацією зовнішньої діяльності ЄС, контролює Об'єднаний європейський аналітичний центр.

Європейська дипломатична служба (ЄДС) – це служба, створена Європейським союзом у 2010 р. на підставі Лісабонської угоди. Її метою є координація зовнішньої політики Європейського Союзу, щоб забезпечити більш ефективно виконання єдиної зовнішньополітичної стратегії ЄС. ЄДС відповідає за підготовку й реалізацію зовнішньої політики ЄС, уключаючи управління мережею дипломатичних представництв ЄС у різних країнах світу. Вона також забезпечує співпрацю між ЄС та різними міжнародними організаціями, такими як ООН, НАТО, ОБСЄ й інші. При Європейській дипломатичній службі діє шість географічних департаментів на чолі з керуючим директором. Департаменти відповідають за такі географічні зони:

- *Департамент із питань Європи*, що відповідає за взаємодію з країнами Європейського Союзу, а також за співпрацю з інституціями ЄС;

- *Департамент із питань Африки*, котрий відповідає за дипломатичні відносини з країнами Африки, а також за взаємодію з африканськими регіональними організаціями;

- *Департамент із питань Азії та Тихоокеанського регіону*, котрий відповідає за дипломатію з країнами Азії й Тихоокеанського регіону, а також за співпрацю з азійськими регіональними організаціями;

²⁷⁷ Саїбов Р. Культурна дипломатія Європейського Союзу. Миколаїв. 2019. 14 с.

²⁷⁸ Трофименко М.В. Публічна дипломатія ЄС міжнародна діяльність університетів як фактор інноваційного розвитку вищої школи. *Збірник матеріалів Міжнародної науково-практичної заочної конференції* (18 вересня 2015 р.). Маріуполь. 2015. 385. С. 164 – 166.

• *Департамент із питань Америки*, що відповідає за дипломатичні відносини з країнами Північної, Центральної та Південної Америки, а також за співпрацю з американськими регіональними організаціями;

• *Департамент із питань Близького Сходу й Північної Африки*, котрий відповідає за співробітництво з країнами Близького Сходу та Північної Африки;

• *Департамент із питань глобальних питань та доброчинності*, який відповідає за співпрацю з міжнародними організаціями, такими як ООН і Міжнародний кримінальний суд, гуманітарну допомогу та розвиток, зокрема надання допомоги державам, що постраждали від конфліктів, природних катастроф або епідемій, а також підтримка розвитку соціальних й економічних систем у країнах, що розвиваються; координацію зовнішньої діяльності ЄС із питань глобальних викликів, таких як боротьба зі збройними конфліктами, підтримка миру та стабільності, боротьба з тероризмом та екстремізмом, а також допомога країнам, що розвиваються.

Регіони публічної дипломатії ЄС можна поділити на кілька груп залежно від їх географічного положення й ступеня важливості для ЄС. Регіони публічної дипломатії ЄС можуть змінюватися залежно від потреб та пріоритетів ЄС, а також від глобальних і регіональних подій та криз. Н. Піпченко визначає такі напрями публічної дипломатії ЄС у 2020 р.²⁷⁹:

• *для країн-кандидатів і потенційних кандидатів у рамках Інструменту передвступної допомоги (Instrument for Pre-Accession Assistance; IPA), Інструменту технічної допомоги й обміну інформацією (Technical Assistance and Information Exchange; TAIEX), програми Twinning щодо інституціональної трансформації органів державної влади та Interreg В щодо транснаціональної співпраці* забезпечується підтримка Західних Балкан у підготовці до вступу в ЄС, розвитку проектів культурної співпраці, здійснення спільних заходів протидії незаконній торгівлі предметами мистецтва й культури тощо;

• *для європейських країн-сусідів у рамках Європейської політики сусідства (European Neighbourhood Policy; ENP) відбувається фінансування культурних проектів двостороннього, регіонального та транскордонного спрямування для Алжиру, Вірменії, Азербайджану, Білорусі, Єгипту, Грузії, Ізраїлю, Йорданії, Лівану, Лівії, Молдови, Марокко, Палестини, Сирії, Тунісу й України.* Крім того, до програми Creative Europe окремо долучено Вірменію, Грузію, Молдову, Туніс та Україну;

• *для країн Південного партнерства (Алжиру, Єгипту, Ізраїлю, Йорданії, Лівану, Лівії, Марокко, Палестини, Сирії й Тунісу) здійснюється підтримка розвитку громадянського суспільства, розширення особистісних контактів, залучення молоді до формування інклюзивного та демократичного суспільства за допомогою участі в проекті SAFIR.* Загалом ЄС сприяє розвитку культури для розширення зайнятості населення, здійснення демократизації країн, поширення засад толерантності й політико-безпекової стабілізації регіону;

²⁷⁹ Піпченко Н. Практика публічна дипломатія ЄС. URL: <https://tinyurl.com/2ll6cj4f>

•*для країн Східного партнерства* (Азербайджану, Білорусі, Вірменії, Грузії, Молдови та України) реалізується культурна співпраця в рамках багатосторонньої платформи EU4Culture, що спрямована на зміцнення зв'язків між культурою й економікою, поглиблення міжкультурного діалогу, реформування культурної політики та підвищення професіоналізму представників культурного й творчого секторів;

•*для країн, що розвиваються*, здійснюються програми, спрямовані на розвиток співробітництва у сфері культурного партнерства, збереження культурної спадщини, розширення можливостей працевлаштування, підтримку культурних і творчих галузей для забезпечення соціально-економічного розвитку, поглиблення міжкультурного діалогу, запобігання конфліктам та формування засад соціальної інклюзії. Зокрема, упродовж 2014–2020 рр. Європейський Союз запровадив такі програми, як ACP-EU Culture programme ‘Toward a viable cultural industry’ (€ 40 млн), CREATIFI – Creative Industry Financing initiative (€20 млн), TransCultura in the Caribbean (€15 млн) тощо;

•*для стратегічних партнерів* (Бразилії, Канади, Китаю, Індії, Мексики, Японії, Республіки Кореї, РФ, ПАР та США) розвиваються окремі проекти, які зосереджуються як на формуванні засад громадянського суспільства в країнах-партнерах, так і в поглибленні культурної міжсекторальної співпраці або збереженні культурної спадщини.

Регіони публічної дипломатії ЄС можна розділити на кілька категорій, залежно від контексту й цілей комунікації:

•*країни-партнери*: ЄС веде публічну дипломатію з країнами-партнерами задля підтримки своїх політичних, економічних та соціальних інтересів. Зокрема, ЄС сприяє зміцненню демократії, прав людини, розвитку торгівлі й інвестицій, боротьбі з тероризмом та іншими загрозами;

•*глобальні питання*: ЄС займається публічною дипломатією задля популяризації своїх позицій із приводу глобальних проблем, таких як зміна клімату, енергетична безпека, кібербезпека, міжнародна безпека й ін.;

•*регіональні питання*: ЄС веде публічну дипломатію задля підтримки регіональної стабільності, миру та безпеки. Зокрема, ЄС підтримує врегулювання конфліктів, зміцнення демократії й прав людини, економічний розвиток та інтеграцію країн регіону;

•*громадянське суспільство*: ЄС звертає особливу увагу на співпрацю з громадянським суспільством, уключаючи НУО, медіа та інші структури, які можуть сприяти ефективній комунікації й підтримці європейських цінностей та інтересів;

•*внутрішні питання*: ЄС займається публічною дипломатією задля підтримки внутрішнього європейського процесу.

На сьогодні головними тематичними напрямками публічної дипломатії Європейського Союзу є:

•*комунікація про ЄС і його роль у світі*: сприяння зростанню усвідомлення громадянами ЄС та партнерами щодо важливості співпраці з ЄС;

• *підтримка стабільності й безпеки у світі*: активна участь ЄС у зовнішніх справах та дипломатії задля вирішення конфліктів та підтримки миру;

• *підтримка економічних інтересів ЄС*: підвищення привабливості ЄС для інвесторів, розвиток міжнародної торгівлі, просування співпраці з іншими країнами в галузі науки, технологій та інновацій;

• *підтримка демократії й прав людини*: сприяння зміцненню демократичних інституцій та прав людини в країнах-партнерах ЄС;

• *зміцнення культурної спадщини Європи*: просування культурного діалогу й співпраці між країнами для збереження та просування культурної спадщини Європи;

• *захист довкілля й боротьба зі зміною клімату*: просування співпраці між країнами в галузі екології та боротьби зі зміною клімату, підвищення уваги до проблеми збереження довкілля.

Ці напрями публічної дипломатії ЄС є важливими для співпраці з країнами-партнерами та зміцнення ролі ЄС у світі.

У грудні 2012 р. ЄСЗС видала посібник для делегацій ЄС із питань інформації й зв'язку²⁸⁰, який містить рекомендації та інструкції для представників Європейського Союзу, що працюють у сфері інформації й зв'язку. Цей документ містить детальний опис ролі та завдань делегацій ЄС із питань інформації й зв'язку, а також надає поради щодо реалізації інформаційної політики ЄС на місцевому рівні. Зокрема, посібник надає рекомендації з питань створення ефективної комунікаційної стратегії, використання різних засобів масової інформації та соціальних мереж, організації кампаній із просування інформації про діяльність ЄС, а також із питань взаємодії з громадськістю й іншими зацікавленими сторонами. Значення посібника полягає в підвищенні ефективності роботи делегацій ЄС із питань інформації та зв'язку, що дає змогу досягти більшої прозорості та зрозумілості для громадськості й інших зацікавлених сторін. Це також сприяє зміцненню довіри до Європейського Союзу і його інституцій, що є важливим чинником у побудові європейської інтеграції. Це просування ЄС як²⁸¹:

• *головного партнера в демократичних трансформаціях (зокрема в країнах-сусідах ЄС)*;

• *найбільшого у світі гаранта співробітництва й розвитку; світової економічної влади, яка реагує на кризу та використовує торгівлю як двигун змін; просування ЄС як гаранта безпеки, який реагує на загрози глобальної безпеки*;

• *просування прав людини внаслідок політичного діалогу на високому рівні з партнерами й програмами стратегічного співробітництва*.

²⁸⁰ European Union External Action. URL: http://eeas.europa.eu/index_en.htm

²⁸¹ Трофименко М. Трансформація публічної дипломатії Європейського Союзу в умовах глобалізації. *Вісник Львівського університету. Серія філософсько-політологічні студії*. 2015. Вип. 7. С. 298 – 304.

У 2015 р. Комісія прийняла «План дій Комісії з покращення комунікації в Європі» задля підвищення рівня сприйняття та розуміння дій Європейського Союзу серед громадян Європи. Основні завдання плану дій полягають у такому:

- поліпшення доступності та зрозумілості інформації про діяльність ЄС і її інституцій;
- розвиток інтерактивних інструментів та платформ для забезпечення прямої комунікації між ЄС і її громадянами;
- забезпечення активної присутності в інтернеті та соціальних медіа;
- розвиток нових методів і стратегій комунікації з молоддю та освітніх інституцій;
- розвиток партнерства між ЄС та ЗМІ, зокрема забезпечення доступу до архівів і документів ЄС;
- впровадження моніторингу й оцінки ефективності заходів з покращення комунікації між ЄС та її громадянами.

Загалом, план дій Комісії з покращення комунікації в Європі має на меті поліпшення сприйняття діяльності ЄС і його інституцій серед громадян Європи та забезпечення більш прямої й ефективної взаємодії між ЄС і її громадянами.

Одна з найзначніших змін, що відбулися завдяки Лісабонській угоді з огляду на публічну дипломатію, – це поява делегацій ЄС після присвоєння ЄС статусу юридичної особи. Раніше делегації представляли галузі зовнішньої діяльності, які реалізовувалися Європейською комісією. Стратегічні елементи публічної дипломатії ЄС та інформаційна діяльність у зовнішніх відносинах координуються штаб-квартирою, а фактичну передачу інформації й технічну сторону здійснюють делегації ЄС за кордоном і їхній персонал.

До Лісабонської угоди вони були делегаціями комісії, зараз – це делегації ЄС, які можуть репрезентувати змішані інтереси зовнішньої діяльності ЄС. Делегації ЄС відіграють важливу роль у публічній дипломатії ЄС, оскільки вони є головними представниками в країнах, із якими працюють; відповідають за здійснення дипломатичних місій, зокрема за розвиток відносин із країнами-партнерами та підтримку діалогу між ЄС і різними країнами. Крім того, делегації відіграють важливу роль у зборі та поширенні інформації про діяльність ЄС і різних країнах. Вони організують заходи й зустрічі, проводять брифінги та інтерв'ю, співпрацюють із місцевими ЗМІ й іншими зацікавленими сторонами, щоб розповісти про пріоритети та ініціативи ЄС. Делегації також координують роботу місій у країнах, де ЄС не має свого постійного представництва. Вони сприяють зміцненню відносин між ЄС і країнами-партнерами та забезпечують належне виконання договорів й угод, укладених між ЄС та різними державами. Делегаціям пропонується залучати ЗМІ насамперед для передачі цінностей ЄС, політики й результатів його проєктів зацікавленим сторонам третіх країн.

Європейський парламент був значно активним у поширенні інших аспектів публічної дипломатії, зокрема ролі культурної дипломатії в просуванні інтересів і цінностей ЄС у світі, у контексті розвитку цифрової дипломатії як

сукупності заходів, що спрямовані на забезпечення інтересів країни або блоку держав у віртуальному просторі. Зростаючим аспектом дипломатії ЄС є саме цифрова дипломатія, яка має очевидні додатки для публічної дипломатії. Європейський парламент зосереджується на розробці законодавчих і регуляторних рамок щодо цифрової дипломатії та кібербезпеки. У 2018 р. Європейський Парламент ухвалив Загальний регламент про захист даних (GDPR), який визначає правила збору, зберігання й обробки персональних даних громадян ЄС. Цей регламент став важливим кроком у підвищенні рівня кібербезпеки та захисту приватності в ЄС. Крім того, Європейський парламент також займається питаннями щодо просування європейських цінностей й інтересів у віртуальному просторі, у тому числі підтримкою свободи слова та доступу до інформації, боротьбою з дезінформацією й кібератаками. Загалом, Європейський парламент має велике значення у визначенні політики ЄС щодо цифрової дипломатії та кібербезпеки, а його рішення й рекомендації є важливими кроками в зміцненні кібербезпеки та захисту прав та інтересів громадян ЄС у цифровому просторі.

Культурні аспекти також відіграють важливу роль у публічній дипломатії ЄС. Культурні взаємини й обміни є важливим засобом зміцнення відносин між країнами та народами й підвищення їх взаєморозуміння. Для забезпечення ефективної комунікації та взаємодії з іншими державами та народами ЄС зостосує різні інструменти культурної дипломатії.

Один з таких інструментів – це програма «Креативна Європа», яка спрямована на підтримку культурної й креативної індустрії в країнах ЄС і просування культурного співробітництва між ними. Програма запроваджена у 2014 р. і є частиною загальної стратегії ЄС щодо стимулювання економічного розвитку та збереження культурної різноманітності в Європі. «Креативна Європа» надає фінансову й технічну підтримку проєктів у таких сферах, як література, музика, театр, кіно, візуальні мистецтва, видавництво, музейна справа та ін. Програма фінансує також міжнародні культурні проєкти, що сприяють розвитку міжнародних зв'язків і співпраці в культурній галузі. Крім того, «Креативна Європа» сприяє залученню нових аудиторій до культурних заходів та проєктів, підвищенню культурної освіченості, стимулюванню інновацій і творчості, а також підтримує розвиток культурних інфраструктур. Програма має на меті забезпечити більш доступне та різноманітне культурне середовище в Європі й підвищити привабливість культурної та креативної галузей для інвесторів і громадськості.

Згідно з офіційною статистикою, на період 2014–2020 рр. програма «Креативна Європа» фінансувала понад 7 тис проєктів у галузі культури та творчості, на загальну суму понад €2,4 млрд. Крім того, у рамках програми надано понад 38 тис грантів для малих і середніх підприємств, що працюють у галузі культури та творчості. Проєкт також підтримав понад 8000 перекладів літературних творів і більше ніж 2000 кіно- й аудіовізуальних проєктів.

Крім того, ЄС підтримує ініціативи з підтримки мовної різноманітності в Європі й в інших країнах, що включає розвиток іноземної мови, сприяння

навчанню мов країн-партнерів, підтримку перекладу і інтерпретації. Це дає змогу забезпечити належне розуміння й сприяє взаєморозумінню між різними культурами. Нарешті ЄС підтримує культурну спадщину в Європі та за її межами, зокрема сприяє збереженню й відновленню історичних та культурних пам'яток. Це уможливорює зміцнення культурних зв'язків між країнами й усередині ЄС.

Європейська служба зовнішніх справ активно використовує соціальні медіа, зокрема Facebook, Twitter і Flickr, для забезпечення ефективної комунікації з громадськістю та представлення своїх інтересів в цифровому просторі. Ось деякі з основних способів, якими ЄСЗЗ застосовує соціальні медіа:

- Facebook: ЄСЗЗ має сторінку на Facebook, де публікується інформація про актуальні події, політичні рішення, становище ЄС у світі та інші важливі новини. Крім того, на сторінці ЄСЗЗ можна знайти відеоматеріали, фотографії й інші важливі матеріали;

- Twitter: ЄСЗЗ також має акаунт на Twitter, на якому публікуються короткі повідомлення про найважливіші новини та події, пов'язані з діяльністю ЄСЗЗ. Також на Twitter публікуються відгуки на актуальні події, важливі промови й інші важливі повідомлення;

- Flickr: ЄСЗЗ використовує Flickr для публікації фотографій і відеоматеріалів, пов'язаних зі своєю діяльністю й подіями, які відбуваються в різних куточках світу. Це дає змогу більш широко представити свої інтереси та діяльність громадськості.

Загалом, застосування соціальних медіа дає змогу ЄСЗЗ бути більш доступним для громадськості, а також розповсюджувати важливу інформацію про діяльність ЄСЗЗ в різних куточках світу.

Сторінка ЄСЗЗ у Facebook – <https://www.facebook.com/EuropeanExternalActionService/> на сьогодні сторінка має понад 400 тис. підписників. Тут публікуються новини, заяви, інформаційні повідомлення про діяльність ЄС у світі, включаючи зовнішню політику, безпеку й оборону, міжнародну торгівлю, розвиток, гуманітарну допомогу та ін.

Сторінка ЄСЗЗ у Twitter – https://twitter.com/eu_eeas має понад 1,3 млн підписників. Тут також публікуються новини, заяви, інформаційні повідомлення про діяльність ЄС у світі. Однак, на відміну від Facebook, тут акцентується на швидкій та лаконічній передачі інформації, що підходить для формату Twitter.

Загалом, сторінки ЄСЗЗ у Facebook і Twitter є важливим інструментом для публічної дипломатії ЄС, оскільки дають змогу широкому колу людей отримувати інформацію про діяльність ЄС та його позиції з різних питань.

ЄС практикує публічну дипломатію через сформовану, децентралізовану й багатопарову структуру відділів, нескоординовані напрями діяльності та програми.

Комісія ЄС керує діяльністю у сфері публічної дипломатії через Генеральні директори з питань комунікації, оскільки вони є основним засобом пропаганди у сфері публічної дипломатії Союзу, бо «відповідають за

інформування та спілкування на тему політики Європейського Союзу з громадськістю». *Генеральний директорат з питань комунікації Європейської комісії (DG COMM)* займається розробкою й виконанням стратегії комунікації Європейської комісії. Основна мета директорату – забезпечити широку інформованість громадськості про діяльність та політику Європейського Союзу, а також підвищити рівень сприйнятливості громадян до європейських питань. DG COMM виконує свою діяльність у різних напрямках. Це, зокрема:

- розробка та виконання комунікаційної стратегії Європейської комісії;
- забезпечення відкритості й прозорості діяльності Європейської комісії шляхом розробки та реалізації програм інформування громадськості;
- розвиток і підтримка співпраці з медіа, у тому числі з телебаченням, радіо, газетами та інтернет-виданнями;
- підтримка розробки й упровадження інформаційних кампаній, спрямованих на залучення громадськості до обговорення та прийняття європейських питань;
- розробка й підтримка інформаційних ресурсів, таких як вебсайти, соціальні медіа та інші канали комунікації;
- проведення досліджень й аналізу діяльності в галузі комунікації, зокрема вивчення реакції громадськості на європейські питання та політику.

Генеральний директорат з питань розширення, культури й освіти (DG EAC) та *EuroAid* (розвиток і співробітництво) відіграють допоміжну роль у цьому процесі. ЄСЗС є для Союзу чимось на кшталт міністерства закордонних справ, що координує діяльність представництв ЄС по всьому світу. Генеральний директорат із питань розширення, культури та освіти є одним з головних директоратів Європейської комісії й відповідає за розробку та виконання політики ЄС у галузях культури, освіти, молоді та спорту. DG EAC має на меті підтримувати зростання рівня знань та культурного розвитку в ЄС, а також сприяти соціальній інтеграції й підтримці різноманітності. Основні завдання DG EAC уключають:

- розробку та виконання стратегії Європейського Союзу в галузі освіти, культури, молоді та спорту;
- реалізацію програм, спрямованих на підвищення рівня освіти й культурного розвитку в ЄС, таких як програма Еразмус+;
- розробку та виконання політики щодо культурної спадщини, культурної індустрії й мовного розвитку в ЄС;
- розвиток і підтримку молодіжної політики, сприяння соціальній інтеграції та розвитку молодіжних організацій;
- підтримку розвитку спорту в ЄС і підтримку проєктів, що сприяють здоровому способу життя та включенню через спорт;
- DG EAC відіграє важливу роль у розвитку культурного й освітнього потенціалів ЄС, а також у сприянні соціальній інтеграції та зміцненні єдності в Європі.

Верховний представник Європейського Союзу з питань закордонних справ і політики безпеки очолює ЄСЗС та підтримує діяльність відділів із

комунікації. Питання розширення Європейської політики сусідства містять у собі елементи публічної дипломатії, які спрямовані на становлення позитивного сприйняття ЄС його потенційними членами й найближчими сусідами.

Першим Верховним представником ЄС із зовнішніх справ та політики безпеки стала Кетрін Ештон із Великої Британії. Будучи одночасно віцепрезидентом Європейської комісії, вона забезпечує узгодженість і координацію зовнішньої діяльності Європейського Союзу. 2014 р. Верховним представником Європейського Союзу із питань закордонних справ призначена Федеріка Могеріні, яка вступила на посаду 1 листопада. Із 1 грудня 2019 р. посаду обіймає Жозеп Боррель.

Комітет політики та стабільності ЄС (CPS) бере участь у заходах стратегічної комунікації для того, щоб мати змогу впливати на громадську думку щодо участі ЄС у військових операціях й операціях із забезпечення безпеки. Комітет політики та стабільності ЄС є важливим органом для забезпечення координації політики між ЄС і його членами в галузі зовнішніх справ та безпеки. Комітет розглядає питання, пов'язані з політикою безпеки, розвитку й стабільності, зокрема в рамках зовнішніх відносин, а також у галузі оборони та кризового менеджменту.

Щодо комунікації Комітет політики та стабільності забезпечує зв'язок між ЄС і його членами в галузі зовнішньої політики та безпеки. Для забезпечення ефективної комунікації Комітет використовує різноманітні інструменти й канали зв'язку, такі як:

- сайт Комітету – на офіційному сайті Комітету розміщено інформацію про його діяльність, документи, заяви, зустрічі, доповіді та інші матеріали;
- пресрелізи – Комітет випускає пресрелізи для доведення до громадськості своїх позицій, дій і рішень;
- соціальні медіа – Комітет використовує різні соціальні медіа, такі як Twitter, Facebook та LinkedIn, для підтримки відкритості, прозорості й взаємодії з громадськістю;
- засідання – Комітет проводить засідання та конференції з різними зацікавленими сторонами, щоб обговорити актуальні питання й знайти спільні рішення;
- інформаційні бюлетені – Комітет випускає різні інформаційні бюлетені для своїх членів та інших зацікавлених осіб.

Кадри й спеціальні представники ЄС у різних регіонах відіграють важливу роль у сприянні реалізації політики та інтересів Союзу в різних регіонах і країнах. На сьогодні існує декілька комітетів у рамках Союзу, націлених на координацію різних заходів публічної дипломатії. ЄС так само активно залучає свою цільову аудиторію. Його мобілізаційні заходи пов'язані з конкретними цільовими аудиторіями, але, зазвичай, Брюссель і делегації залучають таких осіб, які задають тон дискурсу (журналістів, представників неурядових організацій (НУО) та вчених) за допомогою різних заходів, що проводяться організацією (візити, видача грантів, конференції, семінари, програми обміну тощо).

Програма візитів ЄС, яка створена у 1974 р., дає змогу молодим лідерам із країн, що перебувають за межами Союзу, відвідати Європу для того, щоб «наочно оцінити цілі, політику та народи ЄС і покращити взаєморозуміння між фахівцями з країн, що не належать до Союзу, з їхніми колегами з ЄС». Програма візитів ЄС (EU Visitors Programme) є ініціативою Європейського Союзу, яка має на меті сприяти розумінню та підтримці співпраці між ЄС й іншими країнами. Ця програма надає можливість керівникам, експертам та журналістам з інших держав відвідати ЄС для знайомства з його інституціями, політикою, культурою та іншими аспектами життя в ЄС.

Учасники програми можуть мати можливість відвідати різні інституції ЄС, такі як Європейський парламент, Європейська комісія, Рада Європейського Союзу та Європейський центральний банк. Також учасники можуть відвідати різні міста ЄС й ознайомитися з їхньою культурною та історичною спадщиною. Програма візитів допомагає учасникам розуміти, як функціонує ЄС і його політика, та сприяє співпраці між співдружністю й іншими країнами. Учасники можуть зустрітися з представниками різних сфер життя, таких як бізнес, наука, культура, громадськість і політика, та взяти участь у дискусіях й обміні думками. Програма візитів фінансується з бюджету ЄС та є безкоштовною для учасників. Для отримання додаткової інформації щодо умов та процедур участі в програмі візитів можна звернутися до місцевого представництва ЄС або на офіційний вебсайт програми.

Представники ЄС прагнуть залучити цільову аудиторію через кіберпростір. Багато комісарів і старших співробітників мають свої власні блоги, які проливають світло на погляди представників ЄС.

ЄС також намагається залучити аудиторію в країнах, що розвиваються, шляхом сприяння міжнародному розвитку. Союз є найбільшим у світі донором допомоги, забезпечуючи 55 % усієї офіційної допомоги, наданої в справах розвитку й боротьби з бідністю.

Програма Erasmus+ є однією з найпопулярніших програм Європейського Союзу, яка сприяє міжнародному співробітництву та мобільності студентів, викладачів й інших працівників вищих навчальних закладів. Нижче наведено статистику участі в програмі Erasmus+ за останні 10 років:

2019–2020: 940,000 учасників, із них 733,000 студентів;
2018–2019: 871,000 учасників, із них 682,000 студентів;
2017–2018: 819,000 учасників, із них 649,000 студентів;
2016–2017: 725,000 учасників, із них 582,000 студентів;
2015–2016: 678,000 учасників, із них 533,000 студентів;
2014–2015: 647,000 учасників, із них 522,000 студентів;
2013–2014: 601,000 учасників, із них 487,000 студентів;
2012–2013: 555,000 учасників, із них 452,000 студентів;
2011–2012: 485,000 учасників, із них 387,000 студентів;
2010–2011: 352,000 учасників, із них 245,000 студентів.

Як видно зі статистики, кількість учасників програми Erasmus+ постійно зростає з року в рік, що свідчить про популярність цієї програми серед студентів

і працівників вищих навчальних закладів. За даними Європейської комісії, за останні 30 років програма Erasmus+ допомогла понад 10 млн людей здобути міжнародний досвід та розширити свої знання й навички.

У своїй стратегії комунікацій ЄС приділяє особливу увагу цим компонентам та регулярно проводить моніторинг ефективності своїх зусиль у цих напрямках. Наприклад, у 2022 р. проведено опитування громадськості, щоб оцінити рівень знань і розуміння громадськістю діяльності ЄС та сприйняття її політик. Результати моніторингу та опитувань використовуються для планування й корекції стратегій комунікацій ЄС.

Так, Регіональна комунікаційна програма ЄС для Східного сусідства (EU NEIGHBOURS east) провела опитування громадської думки щодо Європейського Союзу в червні-липні 2022 р. Дослідження виконували в телефонному режимі в Україні й шляхом особистих інтерв'ю з респондентами в Азербайджані, Вірменії, Грузії та Молдові. У Білорусі опитування відбулося в онлайн-форматі. Громадяни країн Східного сусідства позитивно сприймають ЄС і найбільше йому довіряють, залишаючи позаду ООН, НАТО та Євразійський економічний союз. Більшість жителів держав, за винятком Білорусі, вважають, що їхня країна має хороші відносини з ЄС. Зокрема, обізнаність щодо підтримки ЄС неймовірно зросла в Україні завдяки масштабній підтримці країни з боку Євросоюзу в умовах російської агресії.

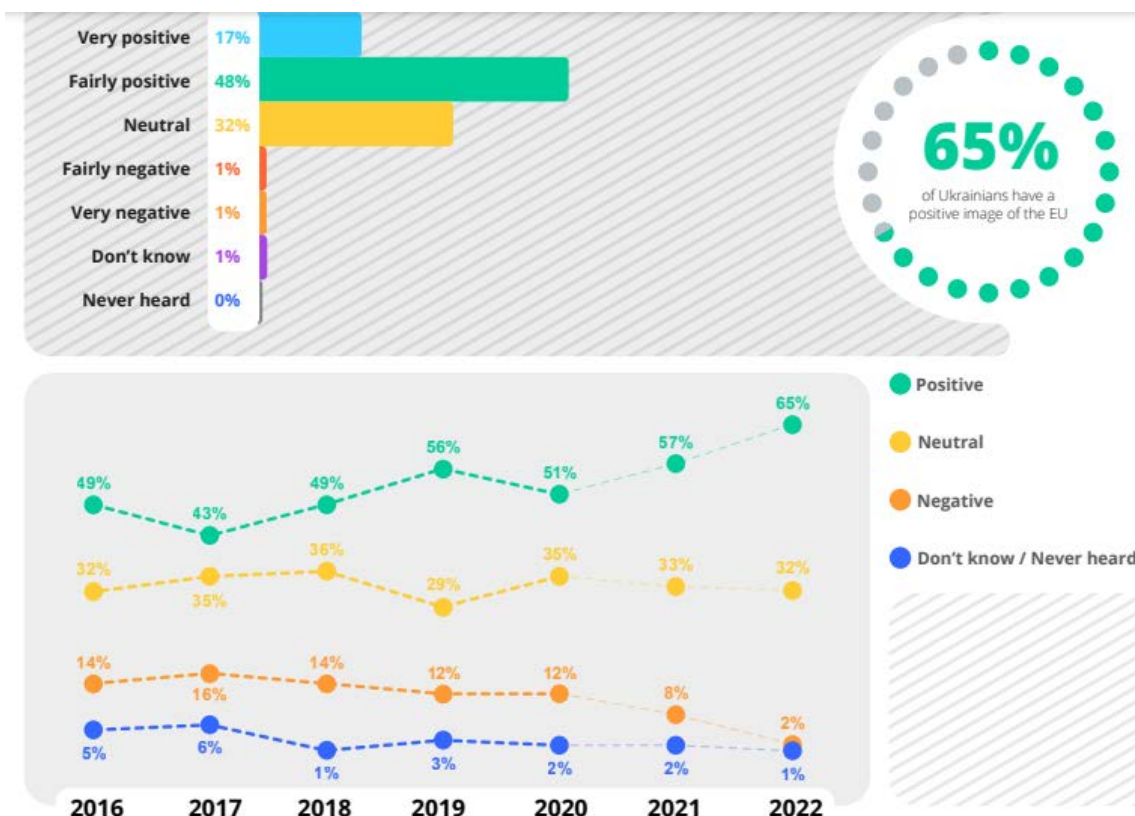


Рис. 1.12. Ставлення до ЄС 2016–2022 рр.²⁸²

²⁸² Annual Survey 2022: Ukraine.URL: <https://euneighbourseast.eu/news/publications/annual-survey-2022-ukraine/>

Відповідно до опитування, 95 % українців знають про підтримку ЄС (98 % знають про підтримку біженців та внутрішньо переміщених осіб і 97 % – про гуманітарну допомогу ЄС), а 94 % вважають, що держава має хороші відносини з Європейським Союзом – показник значно зріс у порівнянні з 65 % минулого року. 65 % громадян позитивно ставляться до ЄС (порівняно з 57 % минулого року та 49 % у 2016 р.) і лише 2 % ставляться негативно.²⁸³ Загалом зміни ставлення українці до ЄС можемо простежити на рис.1.12.

Отже, оскільки публічна дипломатія є важливим компонентом стратегічних комунікацій, Європейський Союз активно взаємодіє зі своїми громадянами, міжнародними партнерами й іншими зацікавленими сторонами через різноманітні засоби комунікації, такі як медіа, соціальні мережі, вебсайти, заходи та ін. Одна з основних цілей публічної дипломатії ЄС полягає в підвищенні рівня свідомості й розуміння громадянами та іншими зацікавленими сторонами ролі й значення Європейського Союзу у світі. Це може включати інформування про політику ЄС, її рішення та проекти, сприяння обміну думками й ідеями, підтримку діалогу між різними групами та культурами. Публічна дипломатія ЄС також допомагає сприяти позитивному сприйняттю ЄС за кордоном, забезпечує зміцнення партнерства з іншими країнами та регіонами, сприяє вирішенню конфліктів і підвищенню стабільності у світі. Отже, публічна дипломатія ЄС є важливим інструментом для забезпечення ефективного спілкування з громадянами й іншими зацікавленими сторонами, зміцнення партнерства з іншими країнами та регіонами й підтримки стабільності та миру у світі.

Щодо міжнародних зв'язків із громадськістю ЄС, то вони є важливим компонентом стратегічних комунікацій Європейського Союзу. Ці зв'язки мають на меті встановити та підтримувати відносини з різними групами громадськості, у тому числі із журналістами, активістами, дослідниками, бізнес-лідерами й іншими ключовими групами. Паблік рилейшнз ЄС включають проведення зустрічей, візитів, конференцій та інших заходів, спрямованих на залучення громадськості до діалогу з ЄС і розширення знань про нього; розробку та впровадження ефективних комунікаційних стратегій, спрямованих на забезпечення належного сприйняття й розуміння політики та стратегій ЄС. Міжнародні зв'язки з громадськістю дають змогу підвищити рівень свідомості про ЄС та його роль у міжнародній спільноті; забезпечують підтримку та залучення громадськості до діалогу з ЄС, що уможлиблює збільшення його легітимності й підтримки на різних рівнях. Зв'язки з громадськістю допомагають ЄС підтримувати відкрите та прозоре спілкування з різними групами громадськості, що дає змогу зміцнити його авторитет і вплив на міжнародній арені.

²⁸³ Опитування щодо сприйняття Євросоюзу: 95 % українців знають про підтримку ЄС. 2 груд. 2022. URL: <https://tinyurl.com/2zuhnsyd>

Нормативно-інституційна характеристика медіаграмотності та інформаційної гігієни ЄС

Назарій ШУЛЯК

Серед науковців, політиків і практиків зростає визнання важливості медіаграмотності та інформаційної гігієни в цифрову епоху. Поширення фейкових новин, мови ненависті в інтернеті та інших форм цифрової дезінформації підкреслило необхідність того, щоб люди вміли критично оцінювати й інтерпретувати інформацію, із якою вони стикаються в інтернеті. Крім того, зростання впливу соціальних мереж та інших онлайн-просторів створила нові виклики для приватності й безпеки, які вимагають від людей усвідомлення ризиків і вживання заходів для свого захисту.

Незважаючи на те, що існує багато поточних ініціатив, спрямованих на просування медіаграмотності та інформаційної гігієни, існує потреба в подальших дослідженнях і розробках у цій сфері. Це включає вивчення нових та інноваційних підходів до просування медіаграмотності, таких як використання гейміфікації й інших інтерактивних стратегій, а також розробку нових інструментів і ресурсів для підтримки людей в управлінні та перевірці інформації в інтернеті.

Крім того, існує потреба в посиленні співпраці та координації між різними секторами й зацікавленими сторонами, зокрема освітою, медіа, громадянським суспільством та урядом. Медіаграмотність й інформаційна гігієна є складними та багатогранними питаннями, які потребують скоординованої й спільної відповіді із залученням широкого кола суб'єктів і поглядів, чим зумовлена актуальність нашого дослідження.

Європейський Союз має розвинену інформаційну політику, спрямовану на забезпечення високого рівня доступності та якості інформації для громадян ЄС, а також сприяння розвитку інформаційного суспільства. Одним із найважливіших документів, що регулюють інформаційну політику ЄС, є Загальний регламент захисту даних (GDPR)²⁸⁴ – найсуворіший закон про конфіденційність і безпеку у світі. За ним передбачено стягнення суворих штрафів, які сягають десятків мільйонів євро, із тих, хто порушує його стандарти конфіденційності й безпеки, штрафи. Положення набуло чинності 25 травня 2018 р. У цьому документі Комісія визначила п'ять основних принципів, які повинні бути в основі європейської інформаційної політики:

- доступність – ЄС уживає заходів для забезпечення того, щоб інформація про європейські справи була доступна для всіх громадян, незалежно від мови, віку, освіти або місця проживання. Наприклад, на офіційному сайті ЄС є можливість вибору з 24 мов, щоб отримати інформацію;

- якість – ЄС визнає необхідність надання точної, зрозумілої й актуальної інформації громадянам. Для досягнення цієї мети Євросоюз установлює

²⁸⁴ The General Data Protection Regulation (GDPR). URL: <https://gdpr.eu/tag/gdpr/>

стандарти, які повинні бути дотримані під час підготовки та поширення інформації про європейські справи;

- розмаїття – ЄС ставить перед собою завдання надання інформації про всі аспекти життя та про дії на міжнародній арені, а також про різноманітність поглядів й інтересів у межах ЄС;

- діалог – ЄС прагне створювати можливості для громадян висловлювати свої погляди та брати участь у процесі прийняття рішень. Наприклад, Комісія ЄС проводить консультації з громадськістю з приводу нових законодавчих ініціатив;

- партнерство – ЄС установлює співпрацю з іншими суб'єктами, такими як медіа, громадські організації, національні й регіональні органи влади та інші зацікавлені сторони, для забезпечення ефективного поширення інформації про європейські справи.

Європейська інформаційна політика також спрямована на підтримку розвитку інформаційного суспільства в ЄС. Євросоюз фінансує проекти з розвитку інтернету, електронної адміністрації та електронної комерції, а також забезпечує навчання громадян у галузі цифрових технологій. Одним із найважливіших інструментів інформаційної політики є офіційний сайт ЄС²⁸⁵, який забезпечує доступ до інформації про інституції, структуру й функції, законодавство, новини та іншу корисну інформацію.

Забезпечення доступності і якості інформації про європейські справи є ключовим чинником для забезпечення того, щоб громадяни мали можливість добре розуміти політичні та соціальні процеси в ЄС. Загалом, медіаграмотність можна визначити як здатність отримувати доступ, аналізувати, оцінювати й створювати медіаконтент критично та усвідомлено. Вона передбачає розвиток навичок і знань, необхідних для орієнтації в складному й постійно мінливому медіаландшафті, уключаючи розуміння того, як виробляється, поширюється та споживається медіаконтент, а також усвідомлення соціальних і культурних наслідків медіарепрезентацій та практик.

Медіаграмотність – це насамперед розвиток здатностей людини сприймати, створювати, аналізувати, оцінювати медіатексти, розуміти соціокультурний і політичний контексти функціонування медіа та чинити спротив маніпуляціям, пропаганді, фейковим новинам, роботі «фабрик тролів» тощо. За визначенням ЮНЕСКО у Паризькій програмі-рекомендаціях із медіаосвіти від 22 червня 2007 р., медіаграмотність є обов'язком і правом споживача інформаційного продукту як частини прав на самовираження та інформацію й належить до основних прав і свобод людини. Поширення медіаграмотності в суспільстві нерозривно пов'язане з процесами цифрової освіти широких кіл громадян, передусім людей старшого віку, освоєння ними навичок комунікації й взаємодії в цифровому суспільстві²⁸⁶ (рис.1.13).

²⁸⁵ European Union. URL: <https://european-union.europa.eu/select-language?destination=/node/1>

²⁸⁶ Медіаграмотність: що необхідно знати і вміти? URL: <https://library.vn.ua/news-and-events/novini/zhovten-2021/mediagramotnist>

ІНДЕКС МЕДІАГРАМОТНОСТІ ГРОМАДЯН КРАЇН ЄС

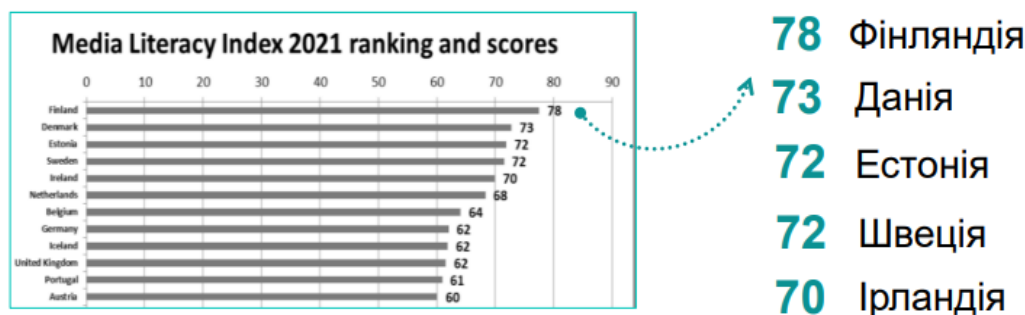


Рис.1.13. Індекс медіаграмотності громадян ЄС 2021 р.²⁸⁷

Одним з основних інструментів підвищення медіаграмотності є критичне мислення. Громадяни повинні оцінювати інформацію, яку вони отримують із різних джерел. Європейська інформаційна політика ставить мету – підвищення критичного мислення та здатності громадян розрізняти правдиву інформацію від неправдивої²⁸⁸. Офіційний сайт ЄС містить інформацію про те, як розпізнати фейкові новини і як перевіряти достовірність інформації з різних джерел. Крім того, інформаційна політика ЄС спрямована на підтримку медіа, що забезпечують надійну та достовірну інформацію про європейські справи. ЄС фінансує різні проєкти в галузі медіа, які сприяють підвищенню рівня журналістики й забезпеченню надійної та об'єктивної інформації.

У світі, де соціальні мережі й інші онлайн-джерела стали важливими джерелами інформації для громадськості, підвищення медіаграмотності стає все більш важливим. Оскільки людина більше й більше піддається впливу медіаконтенту, медіакомпетентність стала важливим аспектом у сучасному житті. Визнаючи роль медіа, ЄС розробив стратегії, спрямовані на розвиток медіакомпетентності в усьому регіоні. Передусім, Комісія переглянула Директиву про аудіовізуальні медіапослуги (AVMSD)²⁸⁹, що посилює роль медіаграмотності, спрямована на забезпечення глобального підходу до медіаграмотності. Рамки включають розробку навчальних програм із медіакомпетентності, які адаптовані до різних вікових груп й освітніх рівнів.

Завдання Європейського Союзу – сприяти зростанню медіакомпетентності серед широких верств населення. Це включатиме навчання та допомогу педагогам і професіоналам у сфері медіа задля підвищення їхньої

²⁸⁷ Проміжний звіт про виконання дослідницького напрямку «Неформальна медіаосвіта в Україні та країнах ЄС» в межах наукової теми Інституту журналістики «Медіазнавчі студії в науковому та освітньому дискурсах». URL: https://kubg.edu.ua/images/stories/Departaments/naukovcyam/impl_researches/23.12.2021_Fruktov_a.pdf

²⁸⁸ Media and Learning Conference. URL: https://ec.europa.eu/newsroom/dae/document.cfm?action=display&doc_id=15020.

²⁸⁹ Revision of the Audiovisual Media Services Directive (AVMSD). URL: <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/policies/revision-avmsd>

медіакомпетентності й сприяння розвитку медіакомпетентності в громадах, де вони живуть. ЄС також співпрацює з медіаорганізаціями з метою сприяння добросовісній і моральній роботі ЗМІ, сприяє розвитку навичок медіадизайну. У документі також визначено ключові сфери медіаграмотності, такі як просування медіаграмотності в школах, на роботі, на рівні суспільства загалом.

Це також передбачає надання фінансової підтримки та допомоги в розробці інструментів і ресурсів для виробництва медіа, а також заохочення використання відкритого та вільного програмного забезпечення для забезпечення ширшого доступу до інструментів для виробництва медіа. Крім того, політика ЄС у сфері медіаграмотності також спрямована на подолання цифрового розриву й забезпечення доступу до цифрових технологій і вміння ефективно ними користуватися²⁹⁰. Це особливо важливо для просування цифрової інклюзивності та зменшення нерівності в суспільстві.

Вартою уваги ініціативою в рамках політики Європейського Союзу щодо медіаграмотності є проєкт «Медіаграмотність для всіх»²⁹¹. Його мета – розробка та оцінка впливу заходів із підвищення медіаграмотності в різних країнах Європи. Цей проєкт зосереджений на кількох ключових сферах, таких як медіаграмотність у школах, медіаграмотність дорослих і медіаграмотність на роботі. Існує також низка фінансових можливостей для підтримки політики ЄС у сфері медіаграмотності. До них належить програма «Креативна Європа»²⁹², яка сприяє розвитку культури та креативного сектору в усьому Європейському Союзі, включаючи ініціативи з медіакомпетентності. Бюджет програми «Креативна Європа» на 2021–2027 рр. становить € 2,44 млрд, у порівнянні з € 1,47 млрд попередньої програми (2014–2020). «Креативна Європа» інвестує в дії, які зміцнюють культурне розмаїття й відповідають на потреби та виклики культурного й творчого секторів. Основними завданнями програми є захищати, розвивати та просувати європейське культурне й мовне розмаїття та спадщину; підвищення конкурентоспроможності й економічного потенціалу культурного та креативного секторів, зокрема аудіовізуального сектору. Новинки програми сприятимуть відновленню цих секторів, зміцнюючи їхні зусилля, щоб стати більш інклюзивними, цифровими й екологічно більш стійкими.

Програма «Цифрова Європа» також надаватиме фінансування для розвитку цифрового потенціалу, зокрема медіакомпетентності²⁹³. Конкурси Програми спрямовані на розвиток передових цифрових навичок, упровадження цифрових технологій на підприємствах, розбудову цифрової інфраструктури та на ще більшу доступність цифрових послуг для громадян і державних інституцій країн Європейського Союзу та асоційованих до Програми країн.

²⁹⁰ Рекомендації Комісії щодо медіаграмотності в цифровому середовищі. URL: <https://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2009:227:0009:0012:EN:PDF>

²⁹¹ Media literacy for all. URL: <https://rm.coe.int/cyprus-2020-media-literacy-for-all/1680988374>; План-проспект ініціативи «Медіаграмотність для всіх». URL: <https://rm.coe.int/cyprus-2020-media-literacy-for-all/1680988374>

²⁹² Creative Europe. URL: <https://culture.ec.europa.eu/creative-europe/about-the-creative-europe-programme>

²⁹³ Digital Europe. URL: <https://www.digitaleurope.org/>

Зазначимо, що політика ЄС з медіаграмотності – це глобальні та скоординовані зусилля, спрямовані на просування медіакомпетентності в усьому регіоні. Її цілі й політика відображають важливість розвитку критичного мислення, сприяння відповідальній, етичній медіапрактиці та подолання цифрового розриву. Політика підтримуватиметься за допомогою низки механізмів нагляду й оцінки, фінансових можливостей та ініціатив. Політика ЄС щодо медіаграмотності є важливою частиною зусиль ЄС, спрямованих на сприяння електронній інклюзії, зменшення нерівності та є безцінною моделлю для наслідування іншими країнами й регіонами.

Потрібно зазначити, що політика ЄС у сфері медіаграмотності не обійшлася без викликів. Основним викликом, із яким стикається сучасний світ, є швидка зміна медіа, технологій і політики, що вимагає постійного оновлення та коригування політики. Існує також потреба в підвищенні обізнаності та розумінні значення медіаграмотності в різних секторах, а також серед широких верств населення. Ще один виклик полягає в необхідності більшої співпраці й координації між різними секторами та країнами. Ініціативи з медіаграмотності часто є фрагментарними й локально обмеженими, тому потрібно розширювати обмін передовим досвідом і розвивати партнерство для сприяння медіаграмотності на регіональному та глобальному рівнях.

Сприяючи розвитку навичок створення медіапродукції, політики прагнуть дати людям можливість не бути пасивними споживачами, а брати активну участь у медіасередовищі. Ця зміна в бік більш інклюзивного медіасередовища відображається в ширших ініціативах ЄС, спрямованих на сприяння залученню та участі громадян, як-от ініціатива Європейського Союзу з питань освіти, науки й культури (ЕСІ)²⁹⁴. Навіть якщо реалізація цієї політики пов'язана з певними труднощами, вона є корисною моделлю для наслідування іншими країнами та регіонами в сприянні розвитку медіаграмотності й цифрової інклюзії. Крім того, політика ЄС щодо медіакомпетентності відображає ширші зміни в напрямі більшої участі та демократії в медіасередовищі, а також підкреслює роль, яку медіакомпетентність відіграє як інструмент громадянської участі.

Політика ЄС щодо медіаграмотності також має підтримку низки суб'єктів, таких як організації громадянського суспільства, представники медіаіндустрії та експерти в галузі освіти. Політики визнають необхідність співпраці й партнерства між цими суб'єктами та заохочують появу спільних ініціатив, спрямованих на розвиток медіакомпетентності в різних галузях і контекстах. Крім того, політика ЄС щодо медіаграмотності пов'язана із ширшими ініціативами на рівні ЄС, спрямованими на зміцнення соціальної згуртованості та зменшення соціальної нерівності. Шляхом подолання цифрового розриву й сприяння цифровій інклюзії політика спрямована на зменшення нерівності в доступі до інформації, освіти та можливостей, а також на розширення прав і

²⁹⁴ A new European agenda for culture. URL: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=COM:2018:267:FIN>

можливостей окремих осіб та громад для повноцінної участі в цифровому житті.

В Ініціативі Європейського Союзу з питань освіти, науки та культури також підкреслено, що політика ЄС у сфері медіакомпетентності впливає на регулювання медіаконтенту й безпеку в інтернеті. Сприяючи підвищенню медіакомпетентності, політика спрямована на те, щоб люди могли критично оцінювати медіаконтент, а також виявляти та уникати шкідливої або оманливої інформації. Це може сприяти зменшенню поширеності дезінформації, шкоди в інтернеті й просуванню відповідальної, етичної медіапрактики. Однак важливо знайти рівновагу між підвищенням медіакомпетентності та збереженням свободи вираження власної думки й доступу до різних джерел.

Високий рівень медіаграмотності є ключовим фактором, що дає змогу громадянам приймати обґрунтовані рішення в епоху цифрових технологій. Медіаграмотність є необхідною умовою для живої сучасної демократії. Європейський тиждень медіаграмотності – це ініціатива Європейської комісії, спрямована на просування навичок медіаграмотності й проєктів у всьому ЄС. Зацікавленим сторонам медіаграмотності на національному рівні пропонується організувати власні заходи протягом або близько цього тижня, щоб святкувати та обговорювати медіаграмотність. У 2019 р. відбувся перший Європейський тиждень медіаграмотності²⁹⁵.

ЄС має низку стратегій та ініціатив у сфері інформаційної й цифрової гігієни. Однак не існує окремої політики та регулювання стосовно винятково цього питання. Натомість інформаційна гігієна розглядатиметься через низку стратегій та ініціатив ЄС, спрямованих на сприяння безпеці й конфіденційності в інтернеті, кібербезпеці та розвитку електронних навичок.

Застосовуючи цілісний підхід у сфері цифрової політики, громадяни ЄС гарантують, що вони можуть безпечно й відповідально орієнтуватися у світі цифрових технологій, користуючись при цьому можливостями, які пропонує цифрова економіка. Важливою ініціативою ЄС у сфері інформаційної гігієни є Європейська стратегія даних²⁹⁶, прийнята у 2010 р., спрямована на розкриття повного потенціалу інновацій, заснованих на даних, і підвищення конкурентоспроможності ЄС у глобальній цифровій економіці, одночасно захищаючи права, цінності та інтереси своїх громадян. Стратегія передбачає низку ключових заходів, включаючи створення Спільного європейського простору даних, розробку механізмів обміну даними й сприяння інтероперабельності та стандартизації даних. Вона також уключатиме заходи, спрямовані на збільшення інвестицій в інформаційну інфраструктуру й технології, а також на розвиток цифрових можливостей і талантів. Із нормативно-правовою базою, запропонованою в лютому 2022 р., очікується, що нові правила створять €270 млрд додаткового ВВП для держав-членів ЄС до

²⁹⁵ European Media Literacy Week URL: <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/events/european-media-literacy-week>

²⁹⁶ European data strategy URL: https://commission.europa.eu/strategy-and-policy/priorities-2019-2024/europe-fit-digital-age/european-data-strategy_en

2028 р. шляхом вирішення юридичних, економічних і технічних питань, які призводять до недостатнього використання даних²⁹⁷.

Важливо, що Стратегія наголошує на необхідності забезпечення відповідального збору, обробки та використання інформації з дотриманням етичних норм. Із цією метою Стратегія передбачає низку заходів, спрямованих на зміцнення довіри до інформаційних технологій, уключаючи створення Європейської ради з питань інновацій у сфері даних і розробку Європейського кодексу поведінки щодо обміну даними. Крім того, зроблено кроки, щоб переконатися, що розгортання штучного інтелекту буде прозорим і підзвітним, а також етично обґрунтованим.

Ці стратегії та ініціативи є життєво важливими для забезпечення того, щоб люди й організації були повністю обізнані та володіли навичками й знаннями, необхідними для безпечного та відповідального управління викликами й ризиками цифрової ери. Серед інших ініціатив, пов'язаних з інформаційною гігієною в ЄС, можна назвати такі. Стратегія кібербезпеки ЄС²⁹⁸, яка прийнята на засіданні Комісії ЄС у 2013 р., спрямована на посилення захисту кібербезпеки Союзу та сприяння співпраці між державами-членами. Вона складається з кроків, спрямованих на збільшення досліджень і розробок у сфері кібербезпеки, покращення можливостей реагування на інциденти й підвищення обізнаності про кіберзагрози. Європейське агентство з кібербезпеки (Enisa)²⁹⁹ – спеціалізоване агентство ЄС, яке дає змогу державам-членам вдосконалювати свої зусилля з кібербезпеки – пропонує рекомендації з кібербезпеки, проводить дослідження, аналіз і заохочує передовий досвід та статичну співпрацю. Рамки спрямовані на зміцнення довіри до цифрових продуктів і послуг, гарантуючи, що вони відповідають мінімальним стандартам кібербезпеки³⁰⁰.

Стратегія єдиного цифрового ринку³⁰¹ – це стратегія єдиного цифрового ринку, яка була прийнята у 2014 р., спрямована на створення єдиного цифрового ринку послуг і товарів ЄС. Вона включатиме заходи, спрямовані на посилення транскордонної електронної комерції, сприяння цифровим інноваціям та захист споживачів у цифровій економіці. Стратегія єдиного цифрового ринку ЄС побудована на трьох стовпах: доступ – кращий доступ для споживачів і компаній до цифрових товарів та послуг по всій Європі; навколишнє середовище – створення належних умов і рівних умов для процвітання цифрових мереж та інноваційних послуг; економіка й суспільство – максимізація потенціалу зростання цифрової економіки.

²⁹⁷ Data Act URL: <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/policies/data-act>

²⁹⁸ The EU Cybersecurity Strategy. URL: <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/policies/cybersecurity-strategy>

²⁹⁹ Enisa. URL: <https://www.enisa.europa.eu/>

³⁰⁰ A trusted and cyber secure Europe. Enisa. URL: <https://www.enisa.europa.eu/publications/corporate-documents/a-trusted-and-cyber-secure-europe-enisa-strategy>

³⁰¹ EU Digital Single Market. Enisa. URL: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=celex%3A52015DC0192>

Регламент Європейського Союзу про електронну ідентифікацію та електронну довіру, прийнятий у 2015 р., забезпечує загальну основу для забезпечення взаємного визнання послуг електронної ідентифікації й електронної довіри на всій території Європейського Союзу. Його метою є спрощення транскордонного електронного урядування та електронної комерції шляхом установлення єдиного стандарту щодо електронного підпису, печаток та позначок часу.

Європейський Союз ужив заходів для того, щоб цифрові платформи й агенти несли відповідальність за контент, розміщений на їхніх платформах. Закон про цифрові послуги 2020 р.³⁰² містить положення, які зобов'язують операторів онлайн-платформ уживати заходів, спрямованих на запобігання поширенню незаконного контенту, такого як пропаганда тероризму або мова ворожнечі. Закон також містить заходи, спрямовані на підвищення прозорості, підзвітності в рекламі та забезпечення більшого контролю користувачів над своїм досвідом в інтернеті.

Загальний регламент захисту даних є одним із найважливіших заходів у контексті інформаційної гігієни. Це масштабний регламент щодо захисту даних, який установлює правила збору, використання та зберігання особистої інформації європейських громадян. Він зобов'язує організації отримувати явну згоду фізичних осіб до збору їхніх персональних даних, а також надає особам право на доступ до їхніх даних та їх видалення.

Загалом, інформаційна гігієна – сфера наукових досліджень, що вивчає взаємодію між людьми та інформаційними технологіями, а також розробляє методи та засоби забезпечення безпеки, збереження й оптимізації роботи з інформацією в цифровому середовищі. Інформаційна гігієна займається запобіганням негативним наслідкам від користування інформаційними технологіями, зокрема захистом від шкідливих впливів інформаційного середовища на здоров'я людини, психологічної благополучності, забезпеченням конфіденційності та безпеки особистих даних в інтернеті, збереженням інформаційної етики тощо.

Інформаційна гігієна стосується практик і поведінки, котрі люди використовують для управління та перевірки інформації, із якою вони стикаються в інтернеті, включаючи оцінку достовірності й надійності джерел, запобігання поширенню неправдивої інформації та дезінформації, а також захист їхнього приватного життя й безпеки.

Важливим документом у контексті інформаційної гігієни є Директива про мережеву та інформаційну безпеку³⁰³ (NIS), яка набула чинності в травні 2018 р. Вона встановлює стандарти кібербезпеки й вимоги щодо повідомлення про інциденти для організацій, що надають основні послуги, такі як енерго- та водопостачання, банківські й медичні послуги. Держави-члени також повинні

³⁰² Digital Services Act. URL: <https://tinyurl.com/2er3xa66>

³⁰³ The NIS2 Directive. URL: [https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/BRIE/2021/689333/EPRS_BRI\(2021\)689333_EN.pdf](https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/BRIE/2021/689333/EPRS_BRI(2021)689333_EN.pdf)

запровадити національну політику кібербезпеки та механізм співпраці, щоб гарантувати скоординоване реагування на кіберзагрози. Крім того, ЄС має низку ініціатив або програм, спрямованих на розвиток електронних навичок й електронної безпеки. Наприклад, програма «Безпечний інтернет»³⁰⁴ – це програма, спрямована на сприяння безпеці дітей в інтернеті. Програма забезпечує фінансування досліджень, підвищення обізнаності та надання ресурсів педагогам і батькам, щоб допомогти їм у навчанні дітей безпечної діяльності в інтернеті.

2022 р. був оголошений Європейським Союзом Європейським роком молоді, акцентуючи увагу на важливості розширення можливостей молоді для побудови кращого майбутнього – екологічного, інклюзивного та цифрового. У контексті року молодих європейців заохочували ділитися своїми баченнями, зустрічатися з особами, які приймають рішення, і брати участь у діяльності по всій Європі, надаючи перспективи для постпандемічної Європи (рис.1.14).

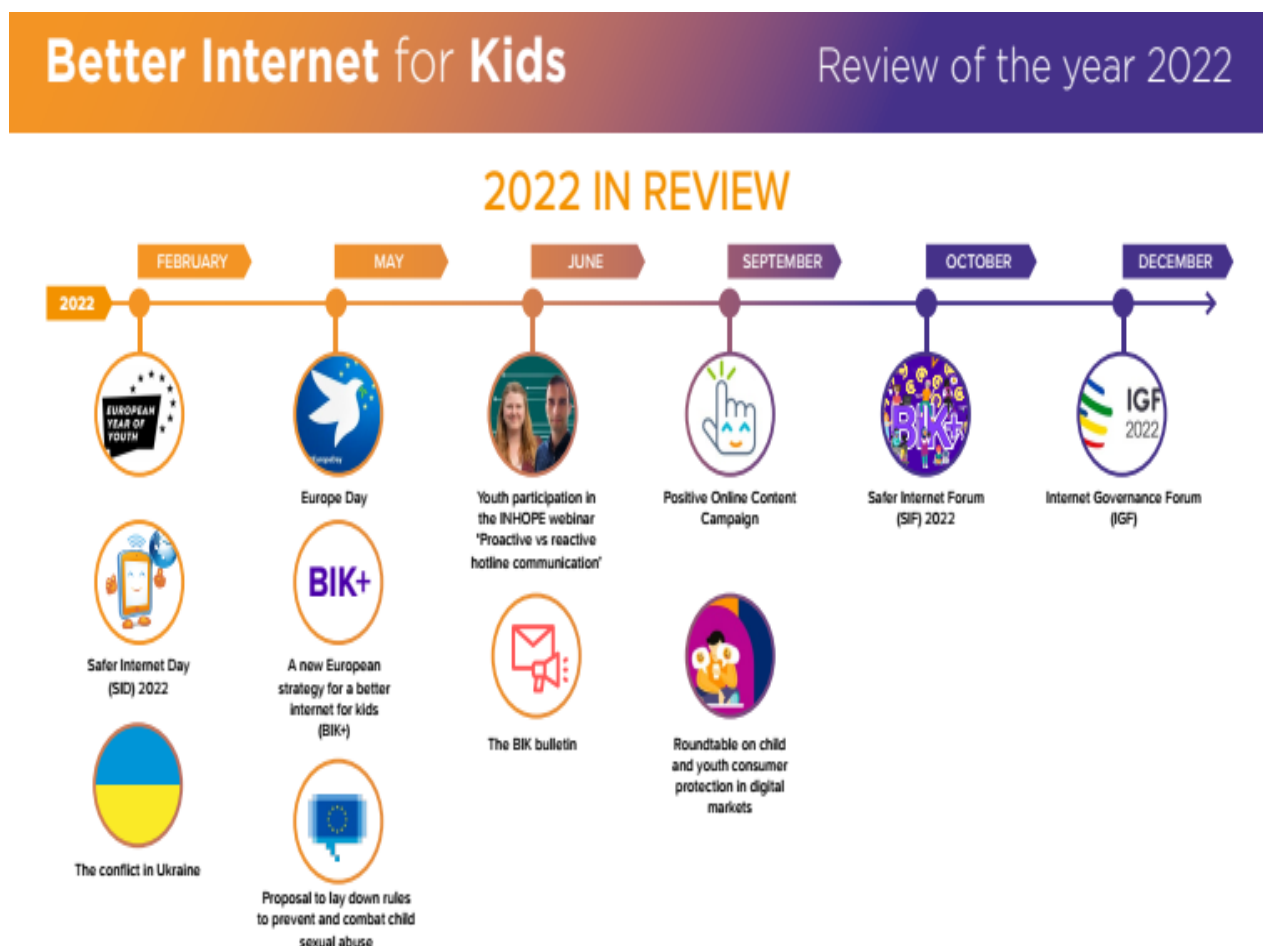


Рис.1.14. Ініціативи ЄС у рамках Європейського року молоді 2022³⁰⁵

³⁰⁴ Better Internet for Kids. Review of the year 2022. URL: https://www.betterinternetforkids.eu/documents/167024/184597/BIK_Report2022_WEB.pdf/b18efc2c-8726-5290-d51b-fddfde00cd19?t=1675761162691

³⁰⁵ Better Internet for Kids. Review of the year 2022. URL: https://www.betterinternetforkids.eu/documents/167024/184597/BIK_Report2022_WEB.pdf/b18efc2c-8726-5290-d51b-fddfde00cd19?t=1675761162691

ЄС також запустила у 2015 р. Коаліцію за цифрові компетенції та робочі місця³⁰⁶, спрямовану на підвищення цифрової компетентності та грамотності серед громадян Європи. Коаліція об'єднує підприємства, організації та органи влади для обміну найкращими практиками й розробки ініціатив із цифрової грамотності. Отже, хоча Європейський Союз не має спеціальної політики, що стосувалася винятково інформаційної гігієни, існує низка стратегій та ініціатив, спрямованих на сприяння безпеці й конфіденційності в інтернеті, кібербезпеці та розвитку електронних навичок.

На додаток до вищезгаданих стратегій та ініціатив, створено інтернет-форум ЄС³⁰⁷ – платформу з багатьма учасниками, що об'єднує інтернет-бізнес, держави-члени, правоохоронні органи та організації громадянського суспільства для боротьби з розповсюдженням незаконного онлайн-контенту. Метою форуму є розробка й реалізація заходів із протидії терористичним пропагандистам, мові ненависті та будь-якому іншому незаконному контенту в інтернеті. Європейська обсерваторія цифрових медіа³⁰⁸, яка створена у 2020 р., діє для того, щоб допомогти перевіряти факти та боротися з дезінформацією в інтернеті.

Загалом, стратегії й ініціативи ЄС у сфері інформаційної гігієни є широкими та різноманітними. Вони спрямовані на вирішення й сприяння співпраці між зацікавленими сторонами із широкого спектра питань, пов'язаних із безпекою в інтернеті, конфіденційністю, кібербезпекою та електронними навичками. Ці стратегії й ініціативи мають вирішальне значення для забезпечення того, щоб Європа могла ефективно протистояти викликам і можливостям цієї цифрової епохи, а також для забезпечення того, щоб наші громадяни могли безпечно й відповідально орієнтуватися в цифровому світі.

Європейський Союз також ужив заходів для того, щоб його політика, ініціативи та практики в галузі інформаційної гігієни відповідали міжнародним стандартам і передовим практикам. Відповідно до Принципів захисту даних ОЕСР розробляють міжнародні стандарти з кібербезпеки за участі таких організацій, як Міжнародна організація зі стандартизації й Міжнародна комісія з електротехніки та електроніки. ЄС також співпрацює з іншими з метою сприяння глобальному цифровому співробітництву.

Для підтримки партнерства академічних кіл, науково-дослідних інститутів, фахівців із перевірки фактів, медіаорганізацій надає інструменти, ресурси та засоби, необхідні для виявлення, аналізу та боротьби з дезінформацією, у 2017 р. розроблено План дій Європейського Союзу з цифрової освіти³⁰⁹. Він уключає заходи, спрямовані на заохочення розробки цифрових освітніх

³⁰⁶ DSJC Value Proposition: draft messages for pledgers. URL: [https://digital-skills-jobs.europa.eu/system/files/2022-10/DSJC Value proposition October 2022.pdf](https://digital-skills-jobs.europa.eu/system/files/2022-10/DSJC_Value_proposition_October_2022.pdf)

³⁰⁷ European Union Internet Forum (EUIF). URL: https://home-affairs.ec.europa.eu/networks/european-union-internet-forum-euif_en

³⁰⁸ European Observatory of Digital Media. URL: <https://edmo.eu/>

³⁰⁹ Єврокомісія схвалила план дій щодо цифрової освіти. URL: <https://osvita.ua/school/82112/>

матеріалів, сприяння використанню технологій у сфері освіти, а також на навчання та допомогу вчителям.

Євросоюз також ужив заходів для заохочення цифрових інновацій і підприємництва, зокрема для малих та середніх підприємств. Наприклад, у рамках програми Європейського Союзу «Горизонт 2020»³¹⁰ фінансуються цифрові науково-дослідні проекти, а центри цифрових інновацій ЄС надають допомогу й ноу-хау малим і середнім підприємствам, які бажають використовувати цифрові технології.

«Горизонт 2020» є восьмою рамковою програмою ЄС із досліджень та інновацій на період 2014–2020 рр. із бюджетом майже €77 млрд. Програма розроблена, щоб стимулювати економічне зростання та створювати робочі місця шляхом поєднання досліджень й інновацій з акцентом на науці, промислового лідерстві та розв'язанні суспільних проблем. Загальна мета полягає в тому, щоб зробити внесок в основну стратегію ЄС щодо робочих місць і зростання шляхом: сприяння розбудові суспільства та економіки, заснованої на знаннях та інноваціях, у всьому ЄС; шляхом залучення додаткового фінансування досліджень, розробок та інновацій; а також сприяння досягненню цілей досліджень й інновацій, включаючи ціль інвестування 3 % ВВП у дослідження та інновації в усьому Союзі.

2022–2023 рр. внесли нове явище у сферу медіаграмотності й інформаційної гігієни – штучний інтелект. Європейська комісія запропонувала першу в історії нормативно-правову базу щодо штучного інтелекту (ШІ), яка охопить ризики ШІ та позиціонуватиме Європу провідним світовим гравцем. Нормативна пропозиція має на меті представити розробникам, операторам і користувачам ШІ чіткі вимоги та зобов'язання щодо конкретного використання ШІ. Пропозицію щодо регулювання ШІ висунуто Європейською комісією у квітні 2021 р., а в другій половині 2022 р. очікувалося, що вона набуде чинності в рамках перехідного періоду. Друга половина 2024 р. – це найближчий час, коли нові правила регулювання можуть набути повної чинності³¹¹. ЄС запропонував Закон про штучний інтелект,³¹² який забезпечить основу для розробки та використання штучного інтелекту в усьому Європейському Союзі. Закон містить положення, які передбачають високий ризик, людський нагляд і перевірку штучного інтелекту, а також заходи, які забезпечать інформування людей, якщо вони взаємодіють зі штучним інтелектом.

Однак законодавці ЄС ведуть суперечку щодо обмежень майбутнього закону ЄС про штучний інтелект. Генеральний директор GitHub сказав, що нова політика регулювання штучного інтелекту може «створити прецедент для того, як саме світ регулюватиме ШІ. Вона має бути справедливою та збалансованою

³¹⁰ Key findings from the Horizon 2020 interim evaluation. URL: <https://cutt.ly/8818iDj>

³¹¹ Пропозиція ЄС щодо нормативно-правового врегулювання питання щодо штучного інтелекту. URL: <https://www.nrada.gov.ua/propozytsiya-yes-shhodo-normatyvno-pravovogo-vregulyuvannya-pytannya-shhodo-shtuchnogo-intelektu/>

³¹² Встановлення гармонізованих правил щодо штучного інтелекту, 2021. URL: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=celex%3A52021PC0206>

для спільноти з відкритим кодом. Тягар відповідності повинен лягти на компанії, які постачають продукцію. Розробники програм із відкритим кодом часто є просто волонтерами. Багато з них працюють на двох роботах, вони любителі й науковці, академіки та лікарі, професори й студенти університетів і вони зазвичай не отримують прибутку від своїх внесків. У них точно немає великих бюджетів чи власного відділу контролю відповідальності»³¹³.

Директива 2016 р. про кібербезпеку й інформаційну безпеку (NES)³¹⁴ зобов'язує держави-члени ЄС розробити національні стратегії з кібербезпеки та призначити національні агентства для забезпечення безпеки критичної інфраструктури. Директива зобов'язує компанії, що працюють у певних секторах, таких як енергетика, транспорт і фінанси, уживати заходів для гарантування безпеки інформаційної системи та повідомляти про інциденти безпеки на національному рівні. ЄС також створив низку агентств й організацій для посилення кібербезпеки, а також для підтримки зусиль держав-членів у сфері кібербезпеки. Наприклад, Агентство ЄС із кібербезпеки надає державам-членам ЄС експертизу, підтримку та допомогу в галузі кібербезпеки, а ЕСЗ підтримує зусилля держав-членів у боротьбі з кіберзлочинністю.

Європейський Союз також уживає заходів для сприяння міжнародному співробітництву в галузі кібербезпеки. Інструментарій кібердипломатії ЄС 2017 р. визначає низку інструментів і заходів, які Союз може застосувати для посилення кібербезпеки, а також для протидії кіберзагрозам. Він уключає такі заходи, як дипломатичні контакти, розбудова спроможностей, а також міжнародне співробітництво у сфері правоохоронної діяльності. Нарешті, ЄС визнав необхідність розвитку потенціалу й ноу-хау своїх громадян у сфері кібербезпеки.

Євросоюз уживає заходів для боротьби з дезінформацією та забезпеченням збереження інформаційної цілісності. У 2018 р. ЄС створив Цільову групу зі східної стратегії Служби зовнішніх справ для виявлення та боротьби з дезінформаційними кампаніями, спрямованими проти ЄС і країн-членів. Цільова група працює в тісній співпраці з інституціями ЄС, державами-членами та іншими сторонами у моніторингу та реагуванні на дезінформацію, а також у навчанні, підтримці й допомозі репортерам та професіоналам у ЗМІ.

Ключовим елементом політики ЄС у сфері інформаційної гігієни є захист приватності та збереження персональної інформації. Європейський Союз визнає недоторканність приватного життя одним з основних прав людини й визнає, що захист особистої інформації має вирішальне значення для процвітання цифрової економіки.

ЄС створив низку агентств та органів для реалізації Загальний регламент про захист даних і сприяння захисту приватного життя та приватності. Їхнім обов'язком є забезпечення однакового використання загального регламенту про

³¹³ Законодавці ЄС ведуть суперечку щодо обмежень майбутнього закону ЄС про штучний інтелект. 21.02.2023 р. URL: <https://tinyurl.com/2hvgorne>

³¹⁴ Директива про кібербезпеку та інформаційну безпеку. URL: <https://www.enisa.europa.eu/topics/cybersecurity-policy/nis-directive-new>

захист даних на всій території Європейського Союзу та сприяння співпраці й однаковості між національними ДРА. Агентство Європейського Союзу з основних прав підтримує просування та захист основних свобод інституціями й державами-членами ЄС, таких як недоторканність приватного життя, недоторканність приватного життя та недоторканність приватного життя. Крім того, ЄС також співпрацює з іншими партнерами задля посилення захисту приватності, недоторканності приватного життя та приватності в усьому світі.

Європейський Союз веде постійні дискусії щодо передачі даних через кордони й питань конфіденційності даних з іншими країнами світу та регіонами, такими як США. Він визнав необхідність просування цифрових юридичних прав у більш широкому сенсі. Хартія про основні права ЄС містить набір правил, що стосуються цифрових прав, таких як право на доступ до інформації та вираження поглядів, а також право на особисту інформацію. Європейський Союз також бере участь у поточних дебатах щодо цифрових прав на міжнародному рівні, зокрема беручи участь у форумах ООН з управління інтернетом й інших.

План дій із цифрової освіти, прийнятий у 2018 р., уключає заходи з розвитку цифрової грамотності та навичок серед громадян ЄС, які включають медіаграмотність. План спрямований на те, щоб до 2020 р. кожен громадянин ЄС володів цифровими навичками та вміннями, необхідними для повноцінної участі в цифровій економіці. ЄС також співпрацює з низкою зацікавлених груп, таких як медіаорганізації, навчальні заклади й організації громадянського суспільства, задля сприяння розвитку медіакомпетентності та критики. Наприклад, із метою обміну найкращими практиками й надання рекомендацій щодо підвищення медіакомпетентності експертна група ЄС із питань медіакомпетентності об'єднує експертів з усього Союзу.

Європейський Союз визнає життєво важливу роль соціальних платформ у формуванні публічних дебатів та сприянні розширенню можливостей ЗМІ. Кодекс поведінки ЄС щодо дезінформації 2018 р. забезпечує факультативну основу, спрямовану на сприяння більш прозорій і підзвітній взаємодії між соціальними платформами для боротьби з дезінформацією. Кодекс уключатиме заходи з розробки інструментів для виявлення та видалення фальшивих акаунтів, а також сприятиме розвитку медіанавичок користувачів. Він визнає необхідність сприяння прозорості й підзвітності онлайн-реклами. Директива ЄС про аудіовізуальні медіапослуги 2018 р. встановлює правила прозорості, підзвітності та відкритості онлайн-реклами, зокрема вимоги щодо чіткого маркування спонсорського контенту й антипідпільних заходів.

Отже, необхідність поглиблення та розвитку медіаграмотності й інформаційної гігієни в цифрову епоху є нагальним викликом, що має важливі наслідки для окремих осіб, громад та суспільства загалом. Незважаючи на постійні зусилля з просування медіаграмотності та інформаційної гігієни, існує потреба в подальших дослідженнях, розробках і співпраці в цій сфері для вирішення складних та мінливих викликів цифрового медіаландшафту. Отже, політика ЄС щодо медіаграмотності визнає її важливість для сучасного світу й

прагне сприяти розвитку навичок критичного мислення в людей під час споживання ними медіаконтенту. Цілями політики є сприяння освіті з медіаграмотності, розвиток медіаграмотності серед широких верств населення та розвиток можливостей медіадизайну.

Стратегії ЄС для досягнення цих цілей включають розробку глобальних рамок для навчання медіакомпетентності, підтримку освітян і професіоналів у сфері медіа та просування відповідальної медіаетики. Зважаючи на зростаючу взаємозалежність глобального медіаландшафту, медіаграмотність і цифрова інклюзія стають дедалі важливішими як для окремих людей, так і для суспільства в усьому світі. Політика ЄС щодо медіаграмотності є безцінним прикладом для наслідування іншими країнами та регіонами, підкреслюючи роль медіаграмотності в розвитку критичного мислення, відповідальної медіапрактики й цифрової інклюзії. Стратегії та ініціативи ЄС у сфері інформаційної гігієни є різноманітними й широкомасштабними, що відображає відданість Комісії просуванню цифрових прав, захисту даних громадян та забезпеченню безпечного цифрового середовища. Стратегії й партнерства ЄС спрямовані на вирішення мінливих викликів цифрової епохи, а також на сприяння міжнародному співробітництву та поширенню передового досвіду в галузі цифрових технологій. Сприяння кібербезпеці також є важливим елементом політики інформаційної гігієни ЄС.

Стрімке зростання та поширення цифрових медіаплатформ і технологій докорінно змінили спосіб споживання та взаємодії людей з інформацією. Хоча цей технологічний прогрес приніс багато переваг, таких як розширення доступу до інформації й можливостей для соціальних зв'язків і громадянської активності, він також створив нові виклики та ризики. Одним із найнагальніших з-поміж них є необхідність поглиблення й розвитку медіаграмотності та інформаційної гігієни серед широких верств населення.

Досвід ЄС під час COVID-19: найкращі практики комунікації та особливості менталітету

Антоніна ШУЛЯК

COVID-19 – не просто респіраторна хвороба, яку в грудні 2019 р. спричинив новий коронавірус SARS-CoV-2. Пандемія COVID-19 мала значні соціальні, економічні та медичні наслідки по всьому світу, із мільйонами людей, які заразилися, і сотнями тисяч смертей. Уряди, бізнес та громади продовжують пристосовуватися до ситуації й упроваджувати заходи для зменшення поширення вірусу. В Україні пандемія відійшла на другий план, оскільки повномасштабне вторгнення російської федерації на території суверенної держави поставило українців у вкрай складене становище, коли боротьба за життя стала багатовекторною. Але для всього світу пандемія залишилася найстрашнішою подією останніх років. Наведемо статистику

станом на березень 2023 р. (табл.1.1) Таким чином, на даний момент кількість країн (а також автономних територій), в яких виявлено коронавірус, склала в загальній складності 229.

Таблиця 1.1³¹⁵

Зараження коронавірусом у різних країнах на 5.03.2023				
Країна	Усього заражень	Смертельні випадки	Одужали	Зараз хворіють
1	2	3	4	5
США	105394979+2481	1146735+12	102861683+15312	1386561
Індія	44687820 +324	530775	44154254 +219	2791
Франція	39638159	165030	39399753	73376
Німеччина	38210850	168397	37749800 +3100	292653
1	2	3	4	5
Бразилія	37076053	699276	36249161	127616
Японія	33260228 +8731	72771 +50	21693335 +640	11494122
Південна Корея	30555102	34020	N/A	N/A
Італія	25603510	188322	25267118	148070
Велика Британія	24370154	206952	24102268 +2803	60934
Росія	22342128 +13559	396298 +43	21677256 +8936	268574
Туреччина	17042722	101492	N/A	N/A
Іспанія	13770429	119479	13615878	35072
В'єтнам	11526962	43186	10614788	868988
Австралія	11385534	19459	11332576	33499
Тайвань	10105039 +10306	18203 +60	9803603 +12577	283233
Аргентина	10044125	130463	9909866	3796
Нідерланди	8598182	22992	8560296 +432	14894
Іран	7569769 +286	144878 +11	7339641 +69	85250
Мексика	7470128 +10268	333096 +58	6703859 +6988	433173
Індонезія	6737159 +165	160930 +2	6573185 +576	3044
Польща	6432315 +427	118952	5335940	977423
Колумбія	6360089	142629	6183658	33802
Австрія	5936666	21921	5854585	60160
Греція	5871458	36185	5814325 +2618	20948
Португалія	5568084	26180	N/A	N/A
Україна	5389439	111235	5265577	12627
Чилі	5177770	64222	5101501	12047
Малайзія	5043626	36965	4997422	9239
Ізраїль	4801230	12303	4781252	7675

³¹⁵ Складено за <https://www.worldometers.info/coronavirus/>

<u>Північна Корея</u>	4772813	74	4772739
....			
Всього	680652183+47585	6805178+256	653484811+58999 20362194

Головними рекомендаціями ЄС щодо забезпечення під час ковіду стали такі³¹⁶:

1. *Запровадження «соціального дистанціювання»*, у тому числі, закриття шкіл, обмеження фізичної присутності на робочих місцях для виконання некритично важливих функцій, карантин, ізоляція та/чи самоізоляція, санітарні кордони, забезпечення фізичного дистанціювання осіб на роботі, у громадському транспорті, магазинах тощо на відстань у декілька метрів, обмеження рукостискань, обіймів тощо. ЄК вважає, що соціальне дистанціювання зменшить інфікування у 8–10 разів. Водночас соціальне дистанціювання не має призводити до значних економічних втрат, задля чого окремо наголошено на іншому пункті – обмеження пересувань, які не є суттєвими;

2. *Обмеження «несуттєвих пересувань»*, тобто інших пересувань, окрім поїздок чи походів в аптеку, лікарню, магазин чи на роботу. Останнє і є найважливішим: ЄС та більшість країн ЄС дотримуються позиції, що обмежувальні заходи можуть тривати значний період часу – від декількох місяців до декількох років, а отже, не повинні призводити до значних економічних проблем і соціальних катаклізмів. Задля цього роботодавці мають визначити, присутність яких саме співробітників і протягом якого часу критично важлива для збереження економічної активності.

Європейський Союз також уживає дієвих заходів з інформаційно-психологічного захисту населення в період COVID-19. Ці заходи передбачають надання достовірної й зрозумілої інформації про хворобу, профілактику та лікування, а також психологічну підтримку населення. Один з основних кроків, який здійснює ЄС, – це надання доступу до надійної та оновленої інформації про COVID-19 і дії, які треба здійснювати для запобігання поширенню хвороби. Національні уряди співпрацюють із медичними експертами, щоб надати населенню поради з профілактики та поведінки в разі захворювання. Окрім того, ЄС фінансує проекти з інформаційної кампанії, які мають на меті підвищення рівня інформованості про COVID-19 та дії, які потрібно здійснювати³¹⁷.

Для психологічної підтримки населення ЄС надає допомогу відповідним організаціям і психологам. Уряди країн-членів ЄС розробляють програми психологічної підтримки, уключаючи лінії підтримки й онлайн-

³¹⁶ Локдаун повертається. Європа знову в епіцентрі пандемії: що це означає для туристів. 20. 11.2021. URL: <https://tinyurl.com/2fxbrds4>

³¹⁷ Вплив COVID-19 на країни-сусіди ЄС: Україна. 01.04.2020. URL: <https://icps.com.ua/doslidzhennya-mtspd/genderna-rivnist/vplyv-covid-19-na-krayiny-susidy-s-ukrayina/>

консультування. Крім того, ЄС фінансує проекти, що сприяють здоров'ю та благополуччю населення, включаючи програми підтримки здоров'я, які мають на меті зменшення стресу й підтримки психологічного благополуччя населення. Загалом, ЄС робить усе можливе, щоб забезпечити інформаційний та психологічний захист населення в період COVID-19.

У листопаді 2021 р. вийшов *Звіт про досвід та найкращі практики комунікації з питань COVID-19 у Європі*³¹⁸. У цьому звіті подано огляд найкращих практик, пов'язаних із комунікацією з питань COVID-19, що застосовуються в європейських країнах. У звіті описано декілька підходів до ефективної кризової комунікації загалом та висвітлено найактуальніші теми, характерні для реагування на пандемію COVID-19. Теоретична частина охоплює ключові принципи, етапи й цільову аудиторію під час пандемії та дає розуміння деяких найактуальніших тем, властивих для цієї кризи, у тому числі феномену втоми від пандемії, боротьбу з дезінформацією та неоднозначну роль соціальних мереж. Інформація в цьому звіті ґрунтується на досвіді кількох європейських експертів, що надали коментарі щодо COVID-19 у рамках опитування під час підготовки цього звіту. Звіт склали та підготували автори, які мають власний професійний досвід роботи кризової комунікації щодо COVID-19 у Фінляндії

Важливо відзначити, що хоча епідемічна ситуація та її комунікаційні потреби можуть змінюватися навіть щодня, є кілька ключових принципів, на які потрібно завжди звертати увагу під час комунікації щодо COVID-19. Ключові принципи комунікації з питань COVID-19 можна визначити такі:

Відкритість і прозорість. Важливо активно надавати контекст для нової поданої інформації та обмінюватися інформацією про невизначеності. Під час ухвалення рішень потрібно якомога ширше поширювати довідкові й вихідні матеріали щодо них. Здобуття та підтримування довіри. Бажано розбудовувати й підтримувати мережі, яким довіряють, до, під час та після кризи. Для зміцнення довіри важливо дослуховуватися до занепокоєнь, сподівань і різного досвіду зацікавлених сторін та враховувати це під час подальшої діяльності. Довірі сприяють чіткі, доступні, узгоджені між собою повідомлення, які повторюються.

Проактивність і своєчасність. Підготовка та планування комунікації на різних етапах слугує основою для ефективного обміну повідомленнями, оскільки запобігання помилковим уявленням значно ефективніше, ніж спростування неправдивої інформації, яка вже поширюється. В умовах кризи своєчасність також вимагає активної підготовки до ризиків. Під час реагування на COVID-19 юрисдикцію та ключові ролі розподілили між різними міністерствами й іншими організаціями. Важливо, щоб організації та їхні спеціалісти з комунікацій активно співпрацювали для забезпечення однорідності повідомлень незалежно від організації, а також для збереження чіткості у сферах відповідальності в кожній організації.

³¹⁸ Звіт про досвід та найкращі практики комунікації з питань COVID-19 у Європі. Листопад 2021 р. С.11 – 12. URL: <https://tinyurl.com/2zl2k7ka>

У контексті цього звіту³¹⁹ хронологію пандемії поділили на три етапи, кожен із яких має специфічні ключові проблеми й комунікаційні цілі.

Початковий період. Під час початкової стадії кризи, коли з'являється багато нової інформації та правил, більшість людей можуть швидко увібрати цю інформацію. Однак на цьому етапі потреба в інформації перевищує її пропозицію, тому важливо публікувати інформацію про поточну ситуацію й надавати чіткі інструкції. Важливо дотримуватись основних принципів комунікації з питань COVID-19 і забезпечити, щоб найважливіша інформація досягала всіх аудиторій. На внутрішньому рівні важливо пояснювати комунікаційні завдання та функції персоналу й починати набір необхідних додаткових працівників. Також варто створити добре налагоджену та безпечну ІТ-систему, щоб команди могли ефективно співпрацювати й працювати без перерв.

Другий етап – у зв'язку з тим, що люди повинні адаптуватися до нових способів боротьби з пандемією на тривалий період часу, вони можуть відчувати втому від цього процесу. Утома може призвести до зниження дисципліни щодо дотримання захисних заходів, погіршення психічного стану та відчуття невпевненості стосовно ситуації. Якщо такі ознаки виявлені, то дуже важливо підвищити рівень свідомості, керувати очікуваннями та мотивувати аудиторію. Кращим способом розробки інструментів може бути звернення до інших сторін, які зацікавлені в комунікації, збирання відгуків від цільової аудиторії й розробка легких і зрозумілих настанов щодо того, як зменшити ризики в повсякденному житті, використовуючи чіткі та точні формулювання.

Третій етап – розгортання вакцинації. Для розробки етапу комунікації про вакцинацію проти COVID-19 можна використовувати найкращі практики попередніх національних кампаній. У рамках цього етапу потрібно підкреслювати добровільний і безкоштовний характер вакцинації, а також її ефективність у запобіганні захворюванням та ключову роль у виході з пандемії. Важливо роз'яснити цілі вакцинації, уключаючи зменшення кількості тяжких випадків, терміни розгортання й порядок вакцинації, а також безпеку вакцин. Один з простих способів дізнатися думки та очікування людей щодо вакцинації – це моніторинг соціальних мереж. Для цього можна переглядати канали на предмет дописів, які містять ключові слова й теми, і проаналізувати всі дописи, щоб виявити загальні теми та очікувані висновки.

Комунікація з питань пандемії охоплює все суспільство. Щоб повністю скористатися принципами, комунікація має бути пристосованою до кожної цільової аудиторії. Стосовно COVID-19 можна виокремити три основні цільові аудиторії, які мають вирішальне значення для успішної комунікації³²⁰. По-перше, це *ті, хто ухвалює рішення*. Щоб досягти комунікаційних цілей, зацікавлені сторони, які ухвалюють рішення, повинні підтримувати тісну координацію та комунікацію всередині й між організаціями. Ці зацікавлені

³¹⁹ Звіт про досвід та найкращі практики комунікації з питань COVID-19 у Європі. Листопад 2021 р. С.11 – 12. URL: <https://tinyurl.com/2z12k7ka>

³²⁰ Там само.

сторони повинні прагнути до узгодженого розуміння спільних цілей, ролей і формулювань, які вони використовують під час своєї комунікації.

Для успішних результатів потрібні своєчасні та впливові комунікаційні заходи від сторін, які ухвалюють рішення.

По-друге, *медичні працівники*. Ця група є важливою цільовою аудиторією з двох основних причин. Вони не лише відповідають за проведення такої ключової діяльності, як надання медичної допомоги пацієнтам і тестування, але й також часто є єдиними особами, які безпосередньо контактують із громадянам, а отже, мають великий вплив на думки та ставлення широкої громадськості до COVID-19.

По-третє, це *широка громадськість*. Хоча серед громадськості існує багато підгруп, наприклад різні вікові групи та меншини, є деякі ключові принципи, які важливі під час комунікації із широкою громадськістю. Крім того, як важливу зацікавлену сторону щодо всіх згаданих вище цільових аудиторій потрібно розглядати засоби масової інформації.

У мережі «Інтернет» занадто багато інформації про здоров'я, інколи дуже складно розрізнити правдиву інформацію від хибної, особливо коли йдеться про пандемію COVID-19. Комунікаційним експертам потрібно розпізнавати ключові форми та теми дезінформації, пов'язані з пандемією COVID-19, і допомагати громадськості розпізнавати недостовірну інформацію.

Дослідження свідчать, що люди легко довіряють посиленням у соціальних мережах, які поділяють їхні друзі й родичі. Важливо не вводити людей в оману, якщо ви не впевнені в достовірності інформації. Європейська комісія надала корисні факти про те, як розпізнати міфи про COVID-19 і боротися з ними³²¹. У цьому звіті наведено приклади з практики, отримані під час інтерв'ю з експертами, які можна використовувати як зразок та натхнення під час планування подібної комунікаційної діяльності в Україні.

Багатоканальний підхід у Норвегії

У Норвегії є п'ять каналів соціальних мереж, що використовуються для поширення інформації про COVID-19. Чотири з цих облікових записів розміщені у Facebook та Instagram, котрі належать до платформ, якими часто користується багато норвежців. Усі канали мають визначену цільову аудиторію, а саме:

- Сторінка у Facebook для широкого загалу (норвезькою мовою): <https://www.facebook.com/folkehelseinstituttet.no>

- Обліковий запис у Facebook для медичних працівників: <https://www.facebook.com/helsekunnskap>

- Обліковий запис в Instagram для молодшого населення зі стилем оформлення спеціально для цієї групи: https://www.instagram.com/folkehelse_ung/

³²¹ Disinformation: how to recognise and tackle Covid-19 myths.30.03.2020. URL: <https://www.europarl.europa.eu/news/en/headlines/society/20200326STO75917/disinformation-how-to-recognise-and-tackle-covid-19-myths>

- Обліковий запис в Instagram для широкого загалу: <https://www.instagram.com/folkehelseinstituttet>

- Обліковий запис у Twitter, який переважно призначений для зв'язку із засобами масової інформації й іншими спеціалістами, а також використовується для відповідей на запитання та спростування неправдивих новин і теорій змов: <https://twitter.com/Folkehelseinst>

Підхід із врахуванням цільової аудиторії також застосовується на норвезьких вебсторінках щодо COVID-19. Загалом це три основні портали: вебсторінка fhi.no (сторінка Норвезького інституту громадського здоров'я) містить інформацію для медичних працівників, керівні документи для кількох секторів та детальну інформацію для громадськості й засобів масової інформації; загальна вебсторінка спеціально для громадськості; helsenorge.no, що спеціально розроблялася для потреб громадськості та містить чат-бот і декілька запитань і відповідей.

- Вебсторінка для програми вакцинації англійською мовою: <https://www.fhi.no/en/id/vaccines/coronavirus-immunisation-programme/>

Моніторинг соціальних мереж та широкомасштабна кампанія з тестування на прикладі Люксембургу

Моніторинг соціальних мереж є ефективним інструментом управління спільнотами й комунікації з громадськістю. Наприклад, використання соціальних мереж може допомогти в зборі інформації про ставлення громадськості до певної проблеми, а також про важливість, необхідність або ефективність різних заходів й ініціатив.

Приклад використання соціальних мереж у Люксембурзі показує, як можна ефективно використовувати цей інструмент для проведення кампаній інформування та мотивації громадськості до певних дій. Розсилання листівок за підтримки уряду до кожної поштової скриньки й повідомлення в соціальних мережах та на радіо дало змогу досягти максимального охоплення цільової аудиторії.

У разі пандемії COVID-19 моніторинг соціальних мереж є особливо важливим, оскільки він дає змогу вчасно реагувати на дезінформацію й неправдиву інформацію, що може стати причиною паніки та негативних наслідків. Правильно організована комунікація з громадськістю може допомогти зменшити кількість випадків захворювання й зберегти життя людей.

Відео першої кампанії на Youtube: <https://www.youtube.com/watch?v=k1xgOJSjreM>.

Друга кампанія, яку також називають кампанією «Скажи#А-А-А» (Say#AAAH), була започаткована з наближенням літа. Назва подібна на звук відкривання рота перед тестуванням на COVID, який відтворювався різними знаменитостями. Жартівливе подання кампанії було пов'язане з наближенням літа й містило повідомлення про те, що завдяки активному тестуванню вірус легше стримувати, а отже, тестування — це спосіб вільніше провести літо. Відео другої кампанію: https://www.youtube.com/watch?v=H1HY_6NhuOU

На третьому етапі кампанії робоча група відійшла від гумористичного підходу та зосередилася на роз'ясненні проблем із більшим акцентом на фактах. Відео третьої кампанії: <https://www.youtube.com/watch?v=Ws6l7vraL60>

Люксембург демонструє чудовий приклад успішної наукової комунікації з дітьми. Комікси створені з урахуванням психологічних особливостей дітей, щоб зробити інформацію про COVID-19 зрозумілою й доступною. Під час створення коміксів тісно співпрацювали вчені, спеціалісти з комунікації та експерти, щоб забезпечити точність і наочність матеріалу³²². Протестування коміксів здійснювалося за участю осіб, котрі не є науковцями, що дало змогу перевірити ефективність комунікації, аби зрозуміти, наскільки просто діти зрозуміють матеріал. Такий підхід уможлиблює відповідь на запитання, які можуть виникнути в дітей та забезпечує певний рівень довіри до інформації, що передається. Ця історія свідчить, що успішна наукова комунікація з дітьми потребує тісної співпраці з експертами та врахування психологічних особливостей дітей, а також вимагає зробити інформацію доступною й зрозумілою, зберігаючи її точність. Комікси доступні за посиланням: <https://www.lih.lu/page/tell-me-why>.

Використання науки про поведінку, попереднє тестування матеріалів кампанії й вимірювання результатів у Фінляндії

На початку кризи внаслідок COVID-19 офіс Прем'єр-міністра започаткував проєкт «Консультавання щодо поведінки» (Behavioral Advisory), спрямований на покращення реагування на складні ситуації, пов'язані з кризою внаслідок COVID-19. Двома результатами цього проєкту стали інструменти для підтримування та посилення комунікації щодо заходів проти COVID-19, що зробили повідомлення більш орієнтованими на людину й легко зрозумілими: «Підтримування самовизначення за допомогою комунікації» зосереджується на інструкціях зі способу досягнення постійних змін у поведінці без протидії; «Контрольний список для комунікації з питань коронавірусу, що сприяє зміні поведінки» – зосереджується на ключових принципах ефективної комунікації з питань COVID-19 і також застосовується в інших контекстах. Обидва згадані вище інструменти описані в додатках до цього звіту.

Фінський інститут охорони здоров'я та добробуту дотримується підходу, що ґрунтується на наукових доказах і дослідженнях у своїй кампанії з вакцинації проти COVID-19. Застосування кількісного та якісного аналізу перед й після проведення кампанії дало змогу оцінити ефективність й ефективність різних концептуальних підходів до кампанії з вакцинації. Кількісне тестування проводилося через онлайн-групи, а якісне тестування з використанням фокус-груп. У результаті розроблено чотири концепції з двома варіаціями кожної, які протестовані й оцінені з погляду їх ефективності в мотивації людей до вакцинації. Важливими темами під час якісних дискусій були загальне ставлення учасників до вакцини проти COVID-19 та довіра до експертів у сфері охорони здоров'я. Дискусії уможливили оцінку того, які фактори концепцій

³²² [LihTellMeWhy: explaining COVID-19 to children!](https://www.lih.lu/en/lihtellmewhy-explaining-covid-19-to-children/) URL: <https://www.lih.lu/en/lihtellmewhy-explaining-covid-19-to-children/>

працювали та які ні й наскільки ефективні вони були в спонуканні до вакцинації. Ситуація під час розмови давала змогу фасилітатору ставити додаткові та більш спонтанні запитання протягом усього сеансу, що дало змогу збільшити ефективність дослідження й забезпечити точність результатів.

Вимірювання ефективності вакцинації в Бельгії

Міністерство охорони здоров'я Бельгії застосовувало докладну систему ключових показників ефективності (КПЕ) для вимірювання того, наскільки потужні їхні багатоканальні кампанії. У ширшому розумінні на ефективність кампанії рівномірно впливають якість креативу й вибір засобу масової інформації. У цій системі на якість креативу припадає 49 %, а на вибір засобу масової інформації – 51 %.

У Бельгії кампанії розділили на чотири хвилі. Перші дві кампанії – «6 золотих правил проти коронавірусу» та «Усі єднаймося, щоб подолати коронавірус» – зосереджувалися на інформуванні й мотивації громадськості. Третя хвиля – «Тримаймося! Разом ми це зробимо» – мала на меті посилити дотримання захисних заходів. У четвертій кампанії – «Ми крок за кроком можемо подолати коронавірус. Усі разом» – повідомлення зосереджувалися на інформації про те, як захистити себе, коли ситуація з вакцинацією покращується та наближається літо.

Посилення заходів із комунікації щодо ризиків ЄЦПКЗ

Європейський центр профілактики та контролю захворювань (ЄЦПКЗ) зазначає, що посилення заходів із комунікації щодо ризиків у країнах-членах ЄС зосереджувалося на комунікаційних заходах із питань COVID-19. Визначено чотири основні цільові групи, які потрібно охопити: засоби масової інформації, широка громадськість, політики та медичні працівники. Використовували вебсайт із найважливішою інформацією про COVID-19; організовували допомоги для журналістів; створювали зручну інфографіку, плакати й відеоматеріали для країн-членів; застосовували Facebook, Twitter і Pinterest для розширення охоплення соціальних мереж. Матеріали можна знайти за посиланнями: інфографіка: <https://www.ecdc.europa.eu/en/health-communication/communication-tools/infographics> (Додаток Б); відеоматеріали YouTube: <https://www.youtube.com/channel/UCITKA4g2BdD2THYNJp1DMqA>, Facebook <https://www.facebook.com/ECDC.EU>, Twitter https://twitter.com/ecdc_eu, LinkedIn <https://www.linkedin.com/company/ecdc/>

Отже, пандемія COVID-19 стала серйозним випробуванням не лише для українського суспільства, а й для всього людства. Розвиток ІКТ великою мірою зумовлює суспільні перетворення. Наш час можна назвати ще й «віком дистанційності»: дистанційного навчання, дистанційного спілкування, дистанційних розваг. Події останнього часу – карантин – суттєво змінили інформаційне поле в усьому світі та перевернули життя багатьох людей: відбувся перерозподіл часу наших звичних побутових практик у бік збільшення споживання медіа – і в дорослих, і в дітей; ми хронічно перебуваємо в ситуації високої невизначеності; збільшився інформаційний шум, повторення й тиражування неперевіреної інформації, дефіцит доказових знань для прийняття

рішень. Усе це – не принципово нові виклики для фахівців-психологів, але новою є їх масовість і розповсюдженість.

Медіаімунітет³²³ сьогодні став реальною частиною імунітету організму. І саме тут найбільш затребуваними є знання з досить нової галузі соціальних наук – медіапсихології. Фахівці ВООЗ навіть уводять новий термін – «інфодемія»³²⁴ – вибухове зростання недостовірної інформації під час спалахів й утруднення отримання чіткої достовірної та корисної інформації в умовах інформаційного шуму.

Поширеними медіапсихологічними феноменами карантинного життя стали:

- тривожний інформаційний вир,
- пересиченість медіапотокami,
- поляризація й консервація негативного спілкування.

Феномен тривожного інформаційного виру є складною проблемою для суспільства, оскільки він може викликати серйозні наслідки для психологічного стану окремих людей та загальної емоційної атмосфери в суспільстві. Негативний вплив тривожного вірусного контенту може бути особливо шкідливим для людей, які мають вразливі психічні стани, наприклад, людей з тривожними розладами, депресією чи посттравматичними стресовими розладами. Для багатьох людей довіра до медій може бути підірвана, коли вони стикаються з інформацією, що є, очевидно, необ'єктивною або змінюється залежно від політичних чи економічних інтересів. Це може привести до загострення дискусій і поглиблення розколів у суспільстві. Отже, важливо, щоб медійні компанії та журналісти розуміли свою відповідальність за те, яку інформацію вони публікують і як вони її представляють. Потрібно прагнути до балансу й об'єктивності, а також до збереження довіри глядачів, читачів³²⁵.

Умови, що виникають під час пандемії, створюють ідеальне середовище для медійного буму. Інформація, яка викликає тривогу, залучає більше глядачів, котрі залежать від телевізора або інтернету. У медіа поширюється величезна кількість повідомлень, багато з яких є недостовірними або містять містифікації, що ускладнює пошук важливої й корисної інформації. Негативні повідомлення стають постійним подразником для глядачів, які зникають до них. Щоб знову привернути їх увагу, медіа починають публікувати ще більше негативних, шокуючих та вражаючих повідомлень. Це створює інформаційний вир, який сам себе підтримує та збільшує. Глядачі створюють динамічну

³²³ Підмогильна Н. В., Дрозд А. Г. Інтернет-проекти як ресурс медіаосвіти. *Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія: Філологія. Соціальні комунікації*. Т. 31 (70). № 3. Ч. 3 2020. С. 222 – 228.

³²⁴ «Інфодемія» дезінформації про COVID-19 шкодить здоров'ю українців – з'ясовано в дослідженні на замовлення ООН. URL: <https://tinyurl.com/2jgkjg26>

³²⁵ Найдьонова Л. А. Тривожний інформаційний вир коронавірусу: як здолати? URL: 21.04.2020. <https://ispp.org.ua/2020/04/21/trivozhnij-informacijnij-vir-koronavirusu-yak-zdolati/>

самоорганізовану інформаційну структуру, яка нагадує «воронку», у яку потрапляє інформація про вірус, карантин, рішення влади й дії людей³²⁶.

Другий феномен, котрий ми спостерігаємо, – це *інформаційне пересичення* – виснаження, що зумовлене надмірним перебуванням у контакті з медіа. Чітка інформація про ризики, тривалість загрози, алгоритми дій і пошуку допомоги й підтримки – усе це зменшує тривогу та сприяє мобілізації на дії, необхідні для подолання негараздів і небезпек. Проте, звертаючись до медіа, людина часто отримує шквал зовсім інакших – емоційно забарвлених – повідомлень, які лише підсилюють тривогу і страх пропустити важливу інформацію. Але, як і будь-яка компенсація, інформаційна активність здатна вичерпуватися й утрачати цю свою тимчасову функцію. І все це, своєю чергою, змінює базові мобілізаційні стани, знижує працездатність, витривалість, виснажує, а зрештою – підриває той імунітет, який потрібен організму для здолання вірусів³²⁷.

Поляризація є іще одним інформаційним феноменом, який пов'язаний із медіапрактиками в соціальних мережах і дистанційних формах навчання й роботи. У часи пандемії з'являються нові приклади групової поляризації, яких у такому масштабі раніше не існувало, наприклад прихильники носіння масок і бравування їхньою відсутністю, нехтуванням гігієнічними засобами; прихильники й супротивники прихильників певних технічних платформ³²⁸.

Консервація негативних емоцій у період карантину також набуває ознак інформаційного феномену. Адже відбувається в соціальних мережах та інтернет-спілкуванні. У звичному особистому спілкуванні спостерігаємо взаємозараження, поділення спільних емоцій, циркуляція емоцій у групі, адже зазвичай емоція – це дуже динамічне утворення³²⁹.

Але аналіз медіапсихологічних феноменів карантинної доби, які дослідила науковиця Л. Найдьонова, демонструє й позитивні тенденції розвитку суспільних медіапрактик: в інтернеті сьогодні сформувалася дуже потужна практика надання дистанційної психологічної фахової допомоги та підтримки, простежуємо бум дистанційної освіти й перенесення в онлайн індивідуальних

³²⁶ Сидоренко Ж. В. Слободянюк О. С. Підвищена тривожність як ознака порушення психологічного здоров'я особистості в умовах пандемії Covid-19 (на прикладі студентської молоді). *Науковий вісник Ужгородського національного університету*, 2021. *Серія Психологія*. Вип. 4. С. 60 – 64.

³²⁷ Найдьонова Л. Медіапсихологія карантину і дистанційна психологічна підтримка. URL: <https://naps.gov.ua/ua/press/method/1878/>

³²⁸ Досвід переживання пандемії Covid-19: дистанційні психологічні дослідження, дистанційна психологічна підтримка. *Матеріали онлайн-семінарів 23 квіт. 2020 р. «Досвід карантину: дистанційна психологічна допомога і підтримка» та 15 трав. 2020 р. «Дистанційні психологічні дослідження в умовах пандемії covid-19 і карантину»*. URL: [dosvid onl-sem 23-04-20 and 15-05-20 ncov19.pdf \(ispp.org.ua\)](https://dosvid.onl-sem-23-04-20-and-15-05-20-ncov19.pdf)

³²⁹ Психологічні виклики пандемії Covid-19: україноканадійський досвід. *Збірник тез міжнародного науково-практичного семінару лабораторії методології і теорії психології Інституту психології імені Г. С. Костюка НАПН України* /Відп. ред. В. Л. Зливков; укладачі: С. О. Лукомська, О. В. Котух. Київ: Ін-т психології імені Г. С. Костюка НАПН України, 2021. 97 с.

психологічних консультацій, розвиток груп взаємопідтримки, налагодження практики вебінарів, відеоконференцій, з'являються нові комплексні формати³³⁰.

Отже, Європейський Союз зіткнувся з викликом боротьби з COVID-19 та його наслідками й приділяє велику увагу інформаційно-психологічному захисту населення. ЄС та його держави-члени розробили різноманітні стратегії та заходи для попередження поширення дезінформації й фейкових новин про COVID-19, а також забезпечення належної інформації про захворювання та профілактику.

До таких заходів належать:

1. Забезпечення доступу до достовірної інформації: ЄС і його держави-члени створили вебсайти та інші джерела, де населення може отримати достовірну й актуальну інформацію про COVID-19. Зокрема, створено спеціальний вебпортал Європейської комісії, де надається інформація про ситуацію з COVID-19 у ЄС та інших країнах.

2. Розробка комплексних кампаній: ЄС і його держави-члени запустили комплексні кампанії з попередження поширення дезінформації та забезпечення належної інформації про COVID-19. Такі кампанії зазвичай включають рекламні матеріали, відеоролики й соціальні медіа.

3. Розвиток нових технологій: ЄС та його держави-члени активно розробляють нові технології для боротьби з дезінформацією про COVID-19. Наприклад, деякі країни використовують штучний інтелект для виявлення фейкових новин й інших форм дезінформації.

4. Співпраця з медіа: ЄС та його держави-члени співпрацюють із засобами масової інформації.

Досвід Європейського Союзу в інформаційно-психологічному захисті населення в період COVID-19 полягає в розробленні та впровадженні різноманітних стратегій і заходів, які сприяють зменшенню поширення вірусу й підвищенню психологічного комфорту населення.

Стратегічні комунікації НАТО

Сергій ФЕДОНЮК

Формування сучасної моделі стратегічних комунікацій НАТО

Між провідними акторами на міжнародній арені постійно відбувається боротьба з приводу відстоювання власних інтересів. І спеціальним полем такої

³³⁰ Найдьонова Л. Медіапсихологічні феномени інфодемії досвід переживання пандемії covid-19: дистанційні психологічні дослідження, дистанційна психологічна підтримка. *Матеріали онлайн-семінарів 23 квіт. 2020 р. «Досвід карантину: дистанційна психологічна допомога і підтримка» та 15 трав. 2020 р. «Дистанційні психологічні дослідження в умовах пандемії covid-19 і карантину»*. URL: [dosvid onl-sem 23-04-20 and 15-05-20 ncov19.pdf \(ispp.org.ua\)](https://ispp.org.ua/dosvid-onl-sem-23-04-20-and-15-05-20-ncov19.pdf)

конкуренції є використання доступних їм інструментів і засобів в аспекті застосування сили. Країни, котрі володіють найбільшими можливостями у сфері ІКТ, намагаються якимось чином використати свої переваги або, навпаки — нівелювати відставання.

Можна виокремити два різні аспекти загроз, пов'язаних з інформаційними впливами на рівні держав. По-перше, це загрози інформаційно-технічного характеру, явно пов'язані із силовим протиборством, де, щоправда, окрім типових для війн впливів руйнівного характеру, також можуть мати місце й такі, що не пов'язані з фізичним пошкодженням чи виведенням із ладу якихось об'єктів. По-друге, це інформаційно-психологічні впливи, які можуть здійснюватися як у рамках воєнних стратегій (спеціальні інформаційні операції, військові комунікації), так і реалізуватися в межах стратегічних комунікацій системного характеру, що залучають також цивільні сфери зв'язків із громадськістю й публічної дипломатії. Останній напрям розвивається в період загострення протистоянь геополітичного масштабу, як це простежуємо під час «холодної війни» між СРСР і США, а також спостерігаємо сьогодні – у постаті «війн нового покоління» чи «гібридної війни».

Існують різні підходи до трактування інформаційних- та кібернападів. Поширене вживання термінів «інформаційна війна» й «кібер-війна», що характерно також і для мас-медійного дискурсу. У журналістській практиці й популярному сегменті соціальних комунікацій термін «кібернапад», або «кібервійна» уживається, коли мають на увазі незаконний збір інформації або інші кіберзлочини, а «інформаційна війна» — щодо пропагандистського впливу телеканалів і спільнот у соціальних мережах. Звісно, зв'язки з громадськістю, публічна дипломатія та психологічні операції, що здійснюються стосовно масової громадської аудиторії в зазначеному контексті, можуть відбуватися в рамках стратегічних комунікацій, але якщо це безпосередньо не стосується таких предметних сфер, як, наприклад, збройні конфлікти, то, очевидно, не підлягають нормативно-правовому регулюванню в сенсі їх обмеження, хоча й містять у назві такі слова, як «війна» чи «напад», або «атака».

Підходи до розуміння інформаційних впливів із погляду військово-політичної стратегії суттєво відрізняються. Російська концепція полягає в застосуванні інтегрального впливу всієї державної «машини», уключаючи силовими структури й підконтрольний медіасектор (концепція «інформаційних війн»). Власне, поняття «інформаційної війни» на сьогодні використовують у практиці держав, що розглядають інформаційну безпеку з позиції авторитарного врядування. Наприклад, в Угоді між урядами держав — членів ШОС про співробітництво в галузі забезпечення міжнародної інформаційної безпеки її визначено як «протиборство між двома або більше державами в інформаційному просторі з метою завдання шкоди інформаційним системам, процесам і ресурсам, критично важливим й іншим структурам, подриву політичної, економічної та соціальної систем, масованої психологічної обробки

населення для дестабілізації суспільства й держави, а також примусу держави до прийняття рішень в інтересах протиборчої сторони»³³¹.

Натомість американський і загалом євроатлантичний підхід полягає в розділенні військових і цивільних інформаційних впливів (де цивільні як такі, по суті, й не розглядаються в аспекті медійного дискурсу), але у взаємозв'язку з реалізацією стратегічних інтересів уряду. Така модель відповідає реаліям суспільних комунікацій, де держава не втручається в медійну сферу, котра саморегулюється зусиллями незалежних учасників медіаринку. У військових доктринах на переломі ХХ–ХХІ ст. використовувалося поняття «інформаційного протиборства» з виокремленням «інформаційних операцій наступального й оборонного характеру. Проте із середини 2000-х рр. його місце посіла концепція «стратегічних комунікацій» у складі компонентів – інформаційних операцій, інформаційно-психологічних операцій, публічної дипломатії, військової та цивільної комунікацій.

У демократичних державах Заходу поняття «інформаційна війна» як таке в офіційних документах не поширене. Натомість у 1990-х — на початку 2000-х рр. розвивалася концепція «інформаційного протиборства» (Information Warfare), що реалізується через інформаційні операції.

У звіті «Стратегічне інформаційне протиборство. Нове обличчя війни» американської «фабрики думки» RAND (1996 р.) уперше з'являється термін «стратегічне інформаційне протиборство» як «використання державами глобального інформаційного простору й інфраструктури для проведення стратегічних воєнних операцій і зменшення дії на власний інформаційний ресурс»³³².

А вже за два роки з'являється новий звіт «Розвиток стратегічного інформаційного протиборства», у якому наведено класифікацію інформаційного протиборства на перше й друге покоління. Перше покоління — це «класичні» інформаційні та психологічні операції з арсеналу військових, більше орієнтовані на дезорганізацію діяльності систем управління, котрі проводяться радше як забезпечення дій традиційними силами й засобами. Натомість друге покоління визначено як «принципово новий тип стратегічного протиборства, покликаний до життя інформаційною революцією, що вводить у коло можливих сфер протиборства інформаційний простір і низку інших областей (передусім економіку) та що триває довгий час – тижні, місяці й роки»³³³.

³³¹ Соглашение между правительствами государств-членов Шанхайской организации сотрудничества о сотрудничестве в области обеспечения международной информационной безопасности (2012). URL: <https://docs.cntd.ru/document/902289626>

³³² Molander Roger C., Riddile Andrew, Wilson Peter A. (1996). Strategic Information Warfare. A New Face of War. RAND. MR-661-OSD. URL: https://www.rand.org/pubs/monograph_reports/MR661.html

³³³ Molander Roger C., Wilson Peter A., Mussington B. David, Mesic Richard (1998). Strategic Information Warfare Rising. RAND. MR-964-OSD. URL: https://www.rand.org/pubs/monograph_reports/MR964.html

Також у 1998 р. Міністерством оборони США опубліковано «Об'єднану доктрину інформаційних операцій», де пояснено терміни «інформаційні операції» (ІО) й «інформаційне протиборство». Відповідно до цього документа, ІО — це дії, ужиті для впливу на інформацію та інформаційні системи супротивника під час захисту власної інформації й інформаційних систем, котрі застосовуються у всьому діапазоні військових операцій та на всіх рівнях війни. А «інформаційне протиборство» («information warfare») — це ІО, проведена під час кризи або конфлікту (уключаючи війну) для досягнення або просування конкретних цілей над конкретним противником або противниками. Тобто американські військові чітко визначають можливість використання інформаційних засобів у рамках, охоплених міжнародним гуманітарним правом.

Що стосується НАТО, то в офіційних публікаціях термін «інформаційні війни» не вживається. Уже у звіті «Information Warfare and International Security» комітету альянсу з науки і технологій, прийнятому в 1999 р., поняття *Information Warfare* пояснюється як «наступальне й оборонне застосування інформації та інформаційних систем для використання, пошкодження або знищення інформації й інформаційних систем супротивника під час захисту своїх власних. Такі дії застосовуються для досягнення військової або економічної переваги над супротивником»³³⁴. Це визначення ґрунтувалося на концепції Інституту вивчення інформаційного протиборства (INSTITUTE FOR THE ADVANCED STUDY OF INFORMATION WARFARE (IASIW)). Подібно до американського підходу також введено поняття оборонних і наступальних інформаційних операцій.

А в англійсько-російському словнику сил спеціального призначення НАТО 2006 р. термін *Information Warfare*, що часто перекладається українською мовою як «інформаційна війна», подається як інформаційне протиборство («информационное противоборство — одна из задач сил специальных операций»). У тому самому словнику міститься термін *psychological operations* — психологічні операції (здійснення впливу на установки й поведінку іноземних цільових груп через різні засоби інформаційного протиборства).³³⁵

Країни-члени організації використовують свої внутрішні дефініції інформаційного протиборства. Так, за британською версією, інформаційне протиборство визначається як дія на інформаційні системи супротивника за одночасного захисту власних. Згідно із законодавством країни, напад на інформаційні системи може розглядатися як звичний кримінальний злочин зі всіма наслідками, що дає підстави британському уряду перехоплювати й читати електронну пошту, а також здійснювати розшифровки особистих файлів на вимогу державних урядовців.

³³⁴ NATO, Information Warfare and International Security, NATO Parliamentary Assembly Science and Technology Committee, Brussels, 6th October, 1999.

³³⁵ NRC WORKING GROUP ON DEFENCE REFORM AND COOPERATION SPECIAL OPERATIONS FORCES GLOSSARY RUSSIAN-ENGLISH .NRC WGDRS SOF GLOSSARY (E-R) 08.12.06. URL: [https://www.nato.int/docu/other/ru/2006/pdf/SOFglossary\(R-E\).pdf](https://www.nato.int/docu/other/ru/2006/pdf/SOFglossary(R-E).pdf)

Французькі експерти дотримуються концепції інформаційного протиборства, що складається з двох головних елементів – військового та економічного (цивільного). Військовий складник припускає дещо обмежену роль інформаційних операцій, оскільки інформаційне протиборство розглядається переважно в контексті конфліктів малої інтенсивності або в миротворчих операціях. Навпаки, економічна або цивільна концепція включає ширший діапазон потенційного застосування інформаційних операцій. Уявлення німецьких фахівців про інформаційну війну збігається з прийнятим у США й Великобританії. Проте, на відміну від американських експертів, німецькі розглядають управління засобами масової інформації як елемент інформаційного протиборства. Крім того, вони виокремлюють економічну інформаційну війну³³⁶.

Посилаючись на вашингтонський Центр стратегічних і міжнародних досліджень (Center for Strategic and International Studies (CSIS)),³³⁷ експерт НАТО Вернон Джей Ехлерс підтримує класифікацію інформаційних операцій за джерелом, формою й тактичними цілями³³⁸: по-перше, напад може походити ззовні або зсередини організації чи системи; по-друге, можна виокремити чотири категорії нападів – атака даних (здійснюється шляхом проникнення в систему даних, щоб спричинити їх пошкодження), атака програмного забезпечення (аналогічно до атаки даних, але як об'єкт нападу виступає програмне забезпечення, що призводить до його дисфункції або неадекватного функціонування), хакінг і крекінг (захоплення або спроба захоплення контролю над інформаційною системою чи її життєво важливими частинами, щоб обмежити чи унеможливити її функціонування, викрасти дані або завдати будь-якої іншої шкоди), фізичні напади (традиційні форми атаки – бомбардування, напад і знищення, руйнівні електромагнітні імпульси – спрямовані проти інформаційних систем).

Усі ці різні форми інформаційного протиборства можна категоризувати за їх цілями й тактичними завданнями: вони можуть бути скеровані на використання, дезорієнтацію, пошкодження чи знищення інформаційних систем.

Загалом спостерігаємо певну еволюцію в західній концепції інформаційних впливів із політичною чи військово-політичною метою. У період становлення сучасної моделі інформаційного суспільства й кіберпростору в 1990-х рр. XX ст. воєнні доктрини містили поняття «інформаційне протиборство», яке включало не лише кібернетичні та спеціальні психологічні засоби, а й певну, ширшу, сферу засобів

³³⁶ Cybrwarfare. *CRS Report for Congress*. RL 30735, Nov. 15, 2000.

³³⁷ Cybercrime, Cyberterrorism, Cyberwarfare. *Averting an Electronic Waterloo*, CSIS Task Force Report. Center for Strategic and International Studies, Washington DC. 1998. Pp. 9 – 11.

³³⁸ Vernon J. Ehlers (September, 1999). *Information Warfare and International Security*. *National Security Report*. NATO Parliamentary Assembly. Science and Technology Committee. URL: <http://all.net/books/iw/iwarstuff/www.roa.org/nsr/0999nsr2.html>

інформаційного впливу в рамках інформаційних операцій на всіх етапах конфлікту. Тобто, по суті, ця позиція загалом не надто відрізнялася від такої в російській концепції «інформаційних війн» (інтегрального інформаційного впливу військово-політичними й цивільними засобами). Натомість уже в спільній публікації родів військ США «Інформаційні операції» від 2006 р.³³⁹ (згодом заміненій версією від 2012 р.) зовсім вилучено поняття «інформаційне протиборство», а отже, інформаційні операції (ІО) розглядаються як варіант військових операцій. До того ж, відповідно до тексту документа, припинено застосування термінів «наступальні ІО» та «захисні ІО», натомість роз'яснено, що ІО використовують для досягнення як наступальних, так і оборонних цілей. А самі ІО чітко класифіковано із суто військового погляду: електронне протиборство, операції в комп'ютерній мережі, психологічні операції, безпека операцій та оперативне маскування й пов'язані з ними допоміжні та супутні можливості»³⁴⁰. Також у цьому документі пов'язано оборонну підтримку й публічну дипломатію та вказано на адаптацію державних справ і цивільних військових операцій відповідно до можливостей ІО, додано опис інформаційного середовища й обговорено його стосунок до ІО та інших військових операцій, встановлено взаємозв'язок ІО й стратегічних комунікацій.

Щодо актуального стану справ, то розглянута вище концепція інформаційних операцій США загалом застосовується і в НАТО. У результаті розширення використання «м'якої сили» для виконання політичних і військових завдань під час врегулювання кризових ситуацій у різних регіонах світу продемонстровано високу ефективність цілеспрямованого інформаційно-психологічного впливу на активних й опосередкованих учасників збройних конфліктів. Також події Арабської весни (2010–2011 рр.), української Революції гідності (2013–2014 рр.) та інших масових протестів другого десятиліття ХХІ ст. засвідчили, що масоване використання інформаційних ресурсів дає змогу управляти громадською думкою й спричиняти революційні зміни в суспільствах. У цей період у НАТО розвивається концепція стратегічних комунікацій (Strategic Communications), яка, подібно до розглянутої вище американської доктрини, передбачає перехід від відокремленого застосування військових і цивільних інформаційно-пропагандистських структур до координації їхньої діяльності під час підготовки й проведення операцій із врегулювання криз.

Фактично до сьогодні в країнах Заходу докорінно переглянуто погляди на традиційні способи, форми та методи боротьби із використанням інформаційних і психологічних засобів, що проявляється в переході від окремого застосування військових та цивільних структур у цій сфері до координації їхньої діяльності під час підготовки й проведення операцій кризового регулювання.

³³⁹ 'Joint Publication 3–13, Information Operations. 13 February 2006. URL: https://www.globalsecurity.org/intell/library/policy/dod/joint/jp3_13_2006.pdf

³⁴⁰ Там само.

Відповідно до цієї концепції, стратегічні комунікації (*StratCom*) являють собою координоване та належне використання комунікаційної діяльності та можливостей впливу, що здійснюються системно, у складі таких компонентів, як публічна дипломатія, зв'язки з громадськістю, військові зв'язки з громадськістю, інформаційні операції й психологічні операції³⁴¹. У НАТО *StratCom* використовується для просування цілей Альянсу. На стратегічному рівні вплив досягається з використанням усіх важелів влади, одним із яких є військовий. Стратегічні комунікації забезпечують спрямування та настанови, уключаючи стратегічний нарратив для реалізації всіх інформаційних заходів.

Російські автори в цьому зв'язку часто використовують термін «стратегічна пропаганда», а також об'єднують інформаційні й психологічні операції в «інформаційно-психологічні операції», оскільки «в сучасних війнах психологічні операції проводяться із широким застосуванням відкоригованої інформації, а використання інформаційної зброї ґрунтується на технологіях психологічного впливу»³⁴², хоча діяльність західних акторів, передусім США й НАТО, у сфері інформаційного протистояння вивчається ґрунтовно.

Формально сучасна політика стратегічних комунікацій НАТО опрацьована на самітах Альянсу в Бухаресті (2008) і Страсбурзі/Кілі (2009). Так, у Декларації Бухарестського саміту зазначено: «Сучасне інформаційне середовище, зокрема щодо наших операцій в Афганістані та Косово, підкреслює необхідність належного, своєчасного, точного й чуйного спілкування з місцевою та міжнародною аудиторіями стосовно політики НАТО й участі в міжнародних операціях»³⁴³. У Кілі вже оформлено певні рамки політики стратегічних комунікацій: «Стратегічні комунікації є невід'ємною частиною наших зусиль щодо досягнення політичних і військових цілей Альянсу. Тому ми вітаємо вдосконалення стратегічних комунікаційних можливостей НАТО та зусилля громадської дипломатії, які ми започаткували на нашому саміті в Бухаресті 2008 р., зокрема вдосконалення Оперативного центру ЗМІ в штаб-квартирі НАТО й збільшення кількості телевізійних каналів НАТО в інтернеті. Ми підкреслюємо наше зобов'язання підтримувати подальше вдосконалення наших стратегічних комунікацій до наступного саміту»³⁴⁴.

³⁴¹ NATO STANDARD AJP-3.10.1 ALLIED JOINT DOCTRINE FOR PSYCHOLOGICAL OPERATIONS Edition B Version 1. WITH UK NATIONAL ELEMENTS. SEPTEMBER. 2014. URL:

https://assets.publishing.service.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/450521/20150223-AJP_3_10_1_PSYOPS_with_UK_Green_pages.pdf

³⁴² Олевский В. (2016)/ Доктрина психологических операций НАТО ч1. Fact Military. URL: http://factmil.com/publ/strana/nato/doktrina_psikhologicheskikh_operacij_nato_2016/61-1-0-998

³⁴³ Bucharest Summit Declaration. URL: https://www.nato.int/cps/en/natohq/official_texts_8443.htm

³⁴⁴ Strasbourg. Kehl Summit Declaration. URL: https://www.nato.int/cps/en/natolive/news_52837.htm

У тому самому 2009 р. з'явився документ під назвою «Політика стратегічних комунікацій НАТО»³⁴⁵ як основа для обговорення політики НАТО щодо стратегічних комунікацій на засіданні Північноатлантичної ради, у якому оформлено її основи. Зокрема, зазначено, що ефективна політика стратегічних комунікацій потребує чіткого визначення:

- основних цілей стратегічних комунікацій НАТО;
- ключових принципів стратегічних комунікацій НАТО;
- взаємозв'язків між різними інформаційними дисциплінами в НАТО (публічна дипломатія, зв'язки з громадськістю (цивільні), зв'язки з громадськістю у військових, інформаційні операції та психологічні операції);
- ролі й повноваження учасників НАТО, які відповідають за комунікацію.

Тим самим документом визначено цілі стратегічних комунікацій НАТО, котрі спрямовані, залежно від обставин і театрів, на те, щоб:

- робити позитивний та безпосередній внесок у досягнення успішного виконання операцій, місій і заходів НАТО шляхом уключення стратегічного комунікаційного планування в усе оперативне та політичне планування;
- розвивати в тісній і тривалій координації з країнами НАТО громадську обізнаність, розуміння й підтримку конкретної політики НАТО, операцій та інших заходів серед усіх відповідних аудиторій;
- сприяти загальній обізнаності й розумінню щодо НАТО в рамках ширших і постійних зусиль публічної дипломатії.

Сучасна концепція стратегічних комунікацій передбачає перехід від відокремленого застосування військових та цивільних інформаційно-пропагандистських структур до координації їхньої діяльності під час підготовки й проведення операцій із врегулювання криз, бойових ПсО та підтримки сил спеціальних операцій.

На стратегічному рівні вплив досягається із використанням усіх важелів влади, одним із яких є військовий.

До кінця березня 2023 р. не опубліковано спеціального стандарту Альянсу зі стратегічних комунікацій, але зрозуміти суть СТРАТКОМ у баченні НАТО можна з документа (стандарту) під назвою «Доктрина психологічних операцій НАТО»³⁴⁶, де психологічні операції розглядаються як один із головних компонентів системи стратегічних комунікацій. Також ця доктрина прийнята до застосування як стандарт у військових операціях під проводом Європейського Союзу в рамках Європейської політики безпеки та оборони.

Відповідно до АJP-3.10.1, Стратегічні комунікації (StratCom) НАТО – це скоординоване й належне використання комунікаційних заходів і можливостей

³⁴⁵ NATO Strategic Communications Policy. *International Staff Private Office of the Secretary General*. 14 September 2009. SG(2009)0794

³⁴⁶ ALLIED JOINT DOCTRINE FOR PSYCHOLOGICAL OPERATIONS—AJP-3.10.1 EDITION B. (STANAG 2508 Ed. 4 / AJP-3.10.1 Ed. B.). URL: <https://nso.nato.int/nso/nsdd/main/standards/stanag-details/8458/EN?tab=ratifications>

НАТО для підтримки політики, операцій і діяльності Альянсу, а також для досягнення цілей НАТО. У StratCom НАТО системно поєднуються:

- *публічна дипломатія* – заходи НАТО з комунікації та інформаційно-роз'яснювальної роботи серед цивільного населення, відповідальні за підвищення обізнаності й формування розуміння та підтримки політики, операцій і діяльності НАТО на додаток до національних зусиль членів Альянсу;

- *зв'язки з громадськістю* – залучення цивільних осіб НАТО через засоби масової інформації для своєчасного, точного, оперативного й проактивного інформування громадськості про політику, операції та діяльність НАТО.

- *військові зв'язки з громадськістю* – популяризація військових цілей і завдань НАТО серед аудиторії задля підвищення обізнаності й розуміння військових аспектів Альянсу;

- *інформаційні операції* – військові консультації НАТО та координація військової інформаційної діяльності задля створення бажаного впливу на волю, розуміння й можливості супротивників та інших сторін, затверджених НАС, для підтримки операцій, місій і цілей Альянсу;

- *психологічні операції* – запланована психологічна діяльність із використанням методів комунікації та інших засобів, спрямована на затверджену аудиторію задля впливу на сприйняття, ставлення й поведінку, впливаючи на досягнення політичних і військових цілей.

Компонентами стратегічних комунікацій є:

- зв'язки з громадськістю (Public Affairs and Military' Affairs);
- публічна дипломатія та військові заходи для підтримки публічної дипломатії (Public Diplomacy and Military' Support to Public Diplomacy);
- зв'язки зі ЗМІ (Press and Media);
- інформаційні заходи міжнародного військового співробітництва (International Military Cooperation);
- цивільно-військове співробітництво (CIMIC);
- дії в кіберпросторі, уключаючи соціальні мережі;
- залучення ключових лідерів до проведення інформаційних заходів (Key Leaders Engagement);
- внутрішня комунікація (робота з особовим складом / внутрішній PR);
- інформаційні операції (Information operation);
- психологічні операції (PSYOPS);
- інформування про ситуацію (Visual Info/Situation Awareness) та документування подій на полі бою (Combat Camera);
- розвідувальне забезпечення проведення інформаційних заходів;
- показ дій військ (Show of Force);
- уведення в оману (MILDEC);
- безпека операцій (Operation Security);
- фізичний вплив (Physical Attack);

– протиборство в електромагнітному просторі (EMW).

Також відзначимо, що, на противагу західному поняттю стратегічних комунікацій, російські науковці часто використовують термін «стратегічна пропаганда», а також об'єднують інформаційні й психологічні операції в «інформаційно-психологічні операції», оскільки «в сучасних війнах психологічні операції проводяться із широким застосуванням відкоригованої інформації, а використання інформаційної зброї ґрунтується на технологіях психологічного впливу»³⁴⁷, хоча діяльність західних акторів, передусім США й НАТО, у сфері інформаційного протистояння вивчається ними ґрунтовно.

Компоненти й організація стратегічних комунікацій НАТО

Ефективні стратегічні комунікації дають змогу розв'язувати конфлікти без застосування (або з мінімальним застосуванням) збройних сил. Відповідно до підходів, прийнятих у країнах Заходу, окрім певного кола інформаційних операцій, серед військових засобів ключовим елементом системи стратегічних комунікацій є *психологічні операції*. Стандартом НАТО психологічні операції (PSYOPS) визначені як планова діяльність із використання інформаційних й інших інструментів психологічного впливу на цільові аудиторії в інтересах формування необхідного світогляду та поведінки людей для досягнення політичних і військових цілей Альянсу³⁴⁸.

Потрібно зазначити, що психологічні операції були у сфері предметного інтересу у військовій справі віддавна й із цього питання видано численні публікації. Наприклад, у довіднику НАТО, виданому у 2001 р., психологічні операції розтлумачено як плановані психологічні заходи зі здійснення впливу на судження та поведінку людей, під час досягнення політичних і воєнних цілей, а також як психологічна боротьба (*psychological warfare*) – активні дії ворогуючих сторін в інформаційно-політичній сфері, що відбуваються в мирний і воєнний часи та включають комплекс заходів, спрямованих на зміну поведінкових й емоційних установок певних груп людей та окремих осіб із тих чи інших питань у бажаному напрямі. Психологічна боротьба здійснюється задля підриву морально-психологічного стану військ і населення противника, протидії аналогічним акціям із його боку, укріплення морально-психологічних якостей своїх військ і населення. Її основними формами є друкована й усна пропаганда з допомогою теле- радіо- та відео засобів³⁴⁹.

³⁴⁷ Олевский В. (2016). Доктрина психологических операций НАТО ч1. Fact Military. URL: http://factmil.com/publ/strana/nato/doktrina_psihologicheskikh_operacij_nato_2016/61-1-0-998

³⁴⁸ NATO STANDARD AJP-3.10.1 ALLIED JOINT DOCTRINE FOR PSYCHOLOGICAL OPERATIONS Edition B Version 1. WITH UK NATIONAL ELEMENTS. SEPTEMBER 2014. URL:

https://assets.publishing.service.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/450521/20150223-AJP_3_10_1_PSYOPS_with_UK_Green_pages.pdf

³⁴⁹ Словарь современных военно-политических и военных терминов Россия-НАТО. URL: <http://www.nato.int/docu/glossary/rus/index.htm>.

У словнику НАТО від 2006 р.³⁵⁰ міститься термін *psychological operations* (PSYOPS) – психологічні операції (здійснення впливу на установки та поведінку іноземних цільових груп через різні засоби інформаційного протиборства).

У національних документах України запроваджено вимоги стандарту НАТО STANAG 2508 Ed. 4 / AJP-3.10.1 Ed. B³⁵¹ (Доктрина психологічних операцій), прийнятого у 2005 р. й оновленого у 2014 і 2019 рр.³⁵². Також ця доктрина прийнята до використання як стандарт у військових операціях під проводом Європейського Союзу в рамках Європейської політики безпеки та оборони. Останню версію документа засекречено, але в опублікованих варіантах із національними компонентами (наприклад текст з відповідними національними елементами, доступний на британському сервісі урядових документів) можемо знайти подібне до зазначеного вище визначення психологічних операцій: «заплановані дії з використанням методів комунікації та інших засобів, спрямованих на затверджену аудиторію задля впливу на сприйняття, ставлення та поведінку, впливаючи на досягнення політичних і військових цілей»³⁵³.

Як центральний та найбільш дієвий компонент стратегічного інформаційного протистояння, спроможного вирішувати конфлікти без застосування (або з мінімальним використанням) збройних сил, розглядаються психологічні операції, що сприяють виконанню певних завдань у рамках стратегії, впливаючи на погляди, свідомість і вчинки різних соціальних груп – від цивільного населення до керівників усіх рівнів, суб'єктів, що приймають важливі рішення.

Відповідно до концепції зазначеного вище стандарту, психологічні операції розглянуто як складову частину інформаційних операцій у їх тісній взаємодії, оскільки й ті, й інші проводяться в єдиному інформаційному просторі та на загальній території, узгоджуються за стратегічними цілями й завданнями, оперують однорідною інформацією, спрямовані на загальні або взаємопов'язані цільові аудиторії, але при цьому розрізняються за специфічними завданнями, задіяними силами та засобами, формами й методами впливу. Також ці операції повинні узгоджуватися зі стратегічними цілями інформаційних впливів

³⁵⁰ NRC WGDRC SOF GLOSSARY (E-R). 08.12.06. URL: [http://www.nato-russia-council.info/PDF/SOF_\(E-R\)_2006.pdf](http://www.nato-russia-council.info/PDF/SOF_(E-R)_2006.pdf)

³⁵¹ ПЕРЕЛІК ЧИННИХ НОРМАТИВНИХ ДОКУМЕНТІВ НАТО, ВИМОГИ ЯКИХ ЗАПРОВАДЖЕНО В НАЦІОНАЛЬНИХ ДОКУМЕНТАХ. URL: https://www.mil.gov.ua/content/mil_standard/perelik_stand_ta_docum_2021_zi_zm.pdf

³⁵² ALLIED JOINT DOCTRINE FOR PSYCHOLOGICAL OPERATIONS - AJP-3.10.1. EDITION B. URL: <https://nso.nato.int/nso/nsdd/main/standards/stanag-details/8458/EN?tab=ratifications>

³⁵³ NATO STANDARD AJP-3.10.1 ALLIED JOINT DOCTRINE FOR PSYCHOLOGICAL OPERATIONS. Edition B. Version 1. 2014. URL: https://assets.publishing.service.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/450521/20150223-AJP_3_10_1_PSYOPS_with_UK_Green_pages.pdf

цивільного характеру, такими як публічна дипломатія й зв'язки з громадськістю.

Психологічні операції в сучасних умовах реалізуються в інформаційному середовищі, яке змінює характер конфлікту, — інформаційний потік сьогодні настільки суттєвий, що він стає такою самою частиною операційного середовища, як місцевість або погода. Тому згадана вище доктрина ґрунтується на припущенні, що події у світі актуалізуються в результаті їх доведення до цільової аудиторії, передаються як інформація через мережі й на людську свідомість. Ця інформація впливає після її попереднього планування, інтерпретації, коригування й, можливо, маніпуляції. До такого інформаційного середовища входять сама інформація, комунікатори та інформаційно-комунікаційні системи, які її отримують, обробляють і передають. Тут також задіяні когнітивні процеси й інформаційно-комунікаційні технології, уключаючи віртуальний і фізичний простір, у якому відбуваються ці процеси. Це середовище охоплює весь спектр традиційних, нових та перспективних медіа-технологій, котрі створюють відповідні можливості для реалізації стратегічних комунікацій і, зокрема, психологічних операцій.

Психологічні операції проводяться як у довго-, так і в короткостроковій перспективі по всьому спектру військових операцій. Але, незалежно від умов, керівні принципи залишаються незмінними. Доктриною НАТО визначено такі принципи PSYOPS³⁵⁴ : *цілеспрямованість, розуміння цільових аудиторій, оцінювання, узгодження дій, їх своєчасність, безперервність впливу, достовірність інформації, переконливість та доступність її подання, надійність джерел, атрибуція, ефективність застосування сил і засобів, послідовність та узгодженість інформаційного впливу.*

Зокрема, цілеспрямованість полягає в підпорядкуванні цілей та завдань психологічних операцій задуму військової операції, концентрації зусиль на досягненні бажаних результатів і на заданих аудиторіях (районах, об'єктах). Успіх PSYOPS ґрунтується на всебічному розумінні цільової аудиторії, що досягається за допомогою аналізу усієї доступної інформації про культуру, історію та соціальну будову цільових аудиторій, а також контролю її ставлення до подій і поширеної інформації.

Аналіз цільової аудиторії дає підстави для планування щодо конкретної цільової аудиторії для досягнення бажаного результату – ефект, канал, через який цей ефект стимулюватиметься, тип утручання, яке потрібно використовувати. Ефективний аналіз повинен забезпечувати повне контекстне розуміння культурного, історичного й соціального складу цільової аудиторії, а також глибоке усвідомлення емоційних і достовірних тем та символів, які можуть бути застосовані для впливу на коротко- й довгострокову поведінку людей, планувати зміну ставлення. Важливо враховувати, що може створити

³⁵⁴ NATO STANDARD AJP-3.10.1 ALLIED JOINT DOCTRINE FOR PSYCHOLOGICAL OPERATIONS. Edition B. Version 1. 2014. URL: https://assets.publishing.service.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/450521/20150223-AJP_3_10_1_PSYOPS_with_UK_Green_pages.pdf

негативний ефект. Також потрібне постійне оцінювання впливу діяльності PSYOPS, щоб установити, який вплив (навмисний чи ненавмисний) здійснено на цільову аудиторію та внести необхідні корективи.

Узгодженість означає інтеграцію й координацію PSYOPS на оперативному та тактичному рівнях, а також передбачає координацію спільних заходів усіх військових і цивільних інформаційно-пропагандистських структур, що залучаються, відповідно до єдиного задуму та в рамках загального планування.

Продукти PSYOPS повинні бути випущені у відповідний час для отримання бажаного ефекту. Своєчасність досягається оперативним плануванням і виконанням заходів, високою активністю та негайним реагуванням на події, правильним вибором аудиторій, часу й місця здійснення акцій. Відтак повноваження щодо схвалення та випуску продукції PSYOP делегуються найнижчому рівню управління, котрий безпосередньо виконує операції.

Психологічні операції повинні ґрунтуватися на правдивій інформації. Застосування неправдивої інформації є контрпродуктивним для довгострокової довіри та успіху PSYOPS. Успіх PSYOPS залежить від довіри з погляду цільової аудиторії. Використання незаперечних фактів дає підстави гарантувати, що продукти PSYOPS витримають контроль аудиторії. І навпаки, застосування неправдивої інформації може підірвати довіру до наступних PSYOPS (навіть якщо вони правдиві), перетворюючи можливу короткострокову вигоду на довгострокову втрату. Довіра також залежить від здатності суб'єкта PSYOPS виконувати свої обіцянки й зобов'язання, оголошені в продуктах PSYOPS.

Довіра пов'язана з атрибуцією, тобто можливістю ідентифікації PSYOPS із суб'єктом їх проведення (державою чи ін.). Із цього погляду, психологічні операції класифікуються на білі (уключають продукти, розповсюджені та визнані спонсором або акредитованим агентством), сірі (джерело яких конкретно не розкривається) і чорні (уключають продукти з хибно вказаним джерелом).

Також, хоча конкретні продукти PSYOPS можуть змінюватися відповідно до місцевих культурних вимог, усі вони мають бути узгоджені як по вертикалі, так і по горизонталі в аспекті стратегічного наративу, відповідно до загальної інформаційної стратегії.

Психологічні операції належать до арсеналу військових інструментів у системі стратегічних комунікацій. Відповідно, вони координуються, з одного боку, з іншими видами військової діяльності, а з іншого – із цивільними компонентами STRATCOM. PSYOPS у моделі, що відповідає стандарту НАТО, має бути інтегрованим елементом плану кампанії стратегічних комунікацій, невід'ємною частиною загальної інформаційної стратегії.

В аспекті військової діяльності PSYOPS взаємозв'язані з іншими елементами тактики, такими як маневр і вогонь. Діяльність PSYOPS координується через компонент інформаційних операцій як частина загальної інформаційної стратегії та як один із ключових інструментів, що дає змогу

доносити свої теми й повідомлення до схваленої аудиторії. Загалом компонент ІО використовує можливості та вразливі місця, властиві військовій діяльності, що залежить від інформації. Під час кризи й бойових дій ІО можуть застосовуватися як захід реагування на кризу, щоб повідомити про зацікавленість суб'єкта та продемонструвати рішучість. У конфлікті ІО можуть використовуватися для досягнення фізичних і психологічних результатів для підтримки військових цілей. ІО роблять свій внесок, застосовуючи переваги та більш широкі цілі впливу інформаційних технологій у політичній, соціальній, економічній сферах, використовуючи зростаючу залежність у всьому світі від автоматизованих інформаційних систем і глобального поширення інформації, для впливу на прийняття рішень супротивником задля досягнення інформаційної переваги.

Цілі супроводу військової діяльності досягаються в ході інформаційних та психологічних операцій, спрямованих на виконання трьох взаємопов'язаних завдань: *формування необхідної лінії поведінки цільових аудиторій (вплив), захисту власної інформації, дезорганізації системи управління супротивника (контркомандна діяльність).*

Основу психологічних операцій становить вплив на свідомість, емоції й поведінку людей у вигляді впливу на їх психічний стан. У цьому аспекті напрямами узгодженого застосування PSYOPS та ІО є *управління сприйняттям; уведення супротивника в оману (дезінформація); контрпропаганда; сприяння виведенню з ладу об'єктів інформаційної інфраструктури супротивника; участь важливих посадових осіб у проведенні інформаційно-психологічних акцій; демонстрація військової присутності.*

Можливості, інструменти й методи підтримки ІО використовуються для впливу, у контркомандних заходах і захисті власної інформації та інформаційних систем. Але PSYOPS пов'язані лише з діяльністю щодо впливу, хоча можуть стосуватися й таких сфер ІО, як контркомандний захист і захист інформації (електронна війна та операції в комп'ютерних мережах, пов'язані із впливом або захистом електромагнітного спектра, інформаційних систем й інформації стосовно осіб, котрі ухвалюють рішення у сферах командування та управління).

Психологічні операції можуть проводитися як в умовах конфліктів, так і в мирний час. В умовах мирного часу PSYOPS передбачають проведення різноманітних заходів щодо формування середовища безпеки, зміцнення антикризового потенціалу.

Із погляду планування, психологічні заходи проводяться на стратегічному, оперативному й тактичному рівнях. А відповідно до стандарту НАТО, можемо виокремити три категорії PSYOPS: стратегічні, кризові та бойові.

Стратегічні психологічні операції мають довгострокові цілі і є політичними за змістом. Вони організуються за участі державних структур та переважно без залучення збройних сил і можуть бути спрямовані на дружні, ворожі або нейтральні аудиторії та проводяться щодо як обмежених цільових аудиторій, так і цілих держав. Також можуть бути спрямовані на певні

соціальні групи в міжнародному масштабі (міжнародні релігійні чи інші угруповання). Завданням стратегічних PSYOPS є зниження потенціалу розв'язання конфліктів актуальними чи потенційними противниками, підірив їхнього військово-політичного потенціалу.

Потрібно зазначити, що, відповідно до власної доктрини НАТО не проводить стратегічні PSYOPS, однак Північноатлантична рада може стати форумом для координації таких операцій між країнами, які виконують військову діяльність.

Психологічні операції з кризового реагування проводяться як невід'ємна частина операцій із реагування на кризу й покликані створити сприятливу атмосферу та бажання співпрацювати між сторонами конфлікту й цивільним населенням у зоні таких операцій (у НАТО це Joint Operations Area, JOA), щоб сприяти досягненню цілей місії та захистити сили операцій. Вони проводяться на оперативному й тактичному рівнях і є невід'ємною частиною військових операцій, відповідають стратегічним цілям суб'єкта стратегічних комунікацій. Мета таких операцій – створення сприятливого середовища для сил НАТО й заохочення співпраці цих цільових аудиторій, допомога в досягненні місії та захисті своїх сил.

Бойові психологічні операції проводяться проти затверджених цільових аудиторій на підтримку завдань військового командування як невід'ємна частина бойових дій. Вони відбуваються на оперативному й тактичному рівнях і повинні бути повністю узгоджені з усіма іншими компонентами операції. Такі заходи спрямовані на військові сили супротивника та цивільне населення задля зниження бойової спроможності супротивника через підірив морального духу його військ, формування позитивного ставлення мирного населення до дій суб'єкта психологічних операцій. Також це можуть бути психологічні операції, спрямовані на підтримку спеціальних операцій, задля формування сприятливих умов для спецоперацій і зменшення можливих негативних наслідків.

Розглядаючи тему PSYOPS в аспекті діяльності НАТО, зазначимо, що операції з кризового реагування Альянс класифікує на такі, які передбачені, і такі, котрі не передбачені статтею 5 Вашингтонського договору. В останньому випадку операції можуть мати на меті запобігання загрозі або зниження загрози застосування військової сили, також вони слугують ефективним засобом для безпосереднього спілкування з цільовими аудиторіями й формування позитивного ставлення до цілей організації та НАТО загалом.

У разі проведення операцій відповідно до ст. 5 (реалізація принципу колективної оборони) PSYOPS можуть досягати короткострокових цілей на підтримку тактичних дій. А конкретними цілями можуть бути здобуття визнання політики, цілей і завдань НАТО; підірив громадської підтримки військових операцій супротивника; вплив на суб'єктів супротивників, які приймають рішення; підірив довіри до керівництва супротивника; зниження морального духу й бойової ефективності комбатантів супротивника; підвищення психологічного впливу бойової спроможності НАТО; сприяння

ефективності військового обману та безпеки операцій; зменшення ефективності пропаганди супротивника проти НАТО.

Стандартом НАТО передбачено реалізацію військово-цивільного співробітництва (Civil Military Cooperation, CIMIC), тобто координацію й співробітництво на підтримку місії, між командуванням НАТО та цивільними суб'єктами, уключаючи населення й місцеві органи влади, а також міжнародні, національні та неурядові організації й агентства. Важливими джерелами необхідних даних слугують офіційні документи та інформаційні матеріали органів управління, заяви й коментарі авторитетних керівників і компетентних фахівців, репортажі з місць подій, розповіді очевидців, повідомлення ЗМІ, структури, які здійснюють на постійній основі обмін відомостями із зацікавленими підрозділами. Але, хоча PSYOPS і CIMIC можуть взаємно підтримуватися, не повинно допускатися враження, що CIMIC використовується як інструмент PSYOPS. Однак взаємодія CIMIC із цивільними установами та населенням сприяє отриманню інформації й дає змогу зрозуміти інформаційне середовище та аудиторію в ньому. Кампанії PSYOPS можуть вплинути на ставлення груп населення й таким чином допомогти зробити територію більш сприйнятливою для CIMIC. Аналогічно наслідки операцій CIMIC можуть покращити ставлення аудиторії до НАТО та, отже, зробити її більш сприйнятливою до повідомлень PSYOPS.

Ще одним компонентом стратегічних комунікацій, поєднаним із PSYOPS у сенсі скоординованого планування й виконання, є *військові зв'язки з громадськістю*. Вони безпосередньо підтримують військові цілі, протидіють пропаганді супротивника та стримують дії противника.

Із позиції реалізації стратегічних цілей відповідно до моделі, що передбачає координацію військових і цивільних структур у системі стратегічних комунікацій, є ефективне використання таких елементів STRATCOM, як *публічна дипломатія* та *цивільні зв'язки з громадськістю*. Під час виконання своїх специфічних завдань підрозділи психологічних операцій тісно взаємодіють і зі структурами публічної дипломатії та зв'язків із громадськістю. Крім того, до участі в цій роботі активно залучаються представництва неурядових і міжнародних організацій, а також ЗМІ, зокрема з використанням можливостей сучасних медійних інструментів, передусім інтернету.

Публічна дипломатія охоплює сукупність методів, сил та засобів пропаганди, які застосовуються для роз'яснення політики суб'єкта STRATCOM, а також для підтримки конкретних операцій й іншої його діяльності. Ця робота належить до компетенції державних структур за провідної ролі відомств зі сфери зовнішньої політики. А суб'єктами впливу є політичні лідери, представники влади, журналісти, наукові та експертні спільноти, неурядові організації, активні комунікатори із середовища молоді й студентів як на території суб'єкта стратегічних комунікацій, так і за його межами. Важливу роль в успіху інформаційно-психологічних заходів відіграє участь посадових осіб та інших популярних особистостей. Виступи VIP-персон

у ЗМІ плануються, ретельно готуються й організовуються органами публічної дипломатії та структурами зі сфери зв'язків із громадськістю. Ця діяльність спрямована на формування вигідного для суб'єкта STRATCOM розуміння й сприйняття цільовими аудиторіями його політики та діяльності з урахуванням суспільно-політичної ситуації й міжнародної обстановки. Це стосується стратегічних комунікацій на рівні як окремих держав, так і міжнародних організацій.

Наприклад, НАТО реалізує масштабну стратегію публічної дипломатії, розробляючи відповідні програми задля покращення обізнаності й розуміння питань діяльності Альянсу та пов'язаних з Альянсом і, зрештою, для посилення підтримки й довіри до організації. Уряди членів НАТО також несуть відповідальність за роз'яснення своєї національної політики в галузі оборони та безпеки, а також своєї ролі як членів Альянсу в рамках відповідних їм сфер. НАТО сприяє громадським обговоренням для розуміння Альянсу шляхом прямої взаємодії, але в координації з країнами-членами на постійній основі.

Публічна дипломатія спрямована на формування «правильного розуміння» цільовими аудиторіями політики й практичних кроків суб'єкта StratCom. Суб'єктами впливу публічної дипломатії є політичні лідери, парламентарії, журналісти, наукові та експертні співтовариства, неурядові організації.

Відповідно до стандарту НАТО зі стратегічних комунікацій³⁵⁵, відповідальними ланками є Відділ публічної дипломатії НАТО (PDD) і радник зі зв'язків із громадськістю і стратегічних комунікацій IMS (PASCAD), які консультують особистий кабінет Генерального секретаря, а також IMS щодо напрямів і вказівок StratCom. PDD НАТО підтримує Північноатлантичну раду й Генерального секретаря у визначенні всеосяжних цілей комунікації Альянсу, а також допомагає в розробці загальних комунікаційних цілей і дає змогу розробляти напрями та настанови StratCom, пов'язані з чіткими політичними цілями відповідно до актуальної стратегічної концепції. Ці напрями й настанови розробляються в тісній координації та співпраці з членами Альянсу, підрозділами Міжнародного секретаріату й співпраці з членами Альянсу, підрозділами Міжнародного секретаріату, IMS, Верховним головнокомандувачем ОЗС НАТО в Європі (SHAPE) і Верховним головнокомандувачем Об'єднаних збройних сил НАТО в Європі (SHAPE) і штабом Верховного головнокомандування ОЗС НАТО з питань трансформації (HQ SACT).

Основними продуктами, за допомогою яких видаються директиви й настанови StratCom, є Комунікаційна стратегія НАТО, Стратегія єдиного бренду НАТО, Настанови з проведення комунікаційних кампаній, рамки StratCom НАТО та Інтегровані комунікаційні плани, що складаються на основі

³⁵⁵ Allied Joint Publication-10, Allied Joint Doctrine for Strategic Communications (Edition A Version. URL: https://assets.publishing.service.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/1146501/20230328-AJP_10_EdA_V1_Strategic_Communications-O.pdf

директив і настанов, отриманих переважно від Північноатлантичної ради НАТО й Генерального секретаря. PDD НАТО та IMS PASCAD забезпечують передачу вказівок і настанов StratCom членам Альянсу з метою сприяння узгодженому підходу до національних комунікаційних стратегій у сфері комунікацій.

На відміну від публічної дипломатії, цивільні зв'язки з громадськістю орієнтовані на більш широкі верстви місцевого населення, планування й підтримку взаємодії зі ЗМІ, роботу в спеціалізованих інформаційних мережах та розвиток відносин із громадянським суспільством. Для поширення необхідних відомостей можуть використовуватися як спеціальні, так і незалежні інформаційні агентства. Розвиток відносин із громадянським суспільством проявляється в налагодженні практичної взаємодії з місцевим населенням, самоврядуванням, науковими й діловими колами, громадськими асоціаціями тощо.

Змістовим ядром стратегічних комунікацій є формування [стратегічного] нарративу. Стратегічний нарратив формується на підставі наявних у суспільстві уявлень і цінностей. Стратегічні нарративи навмисно побудовані або посилені з ідей і думок, які вже циркулюють, вони пропонують інтерпретацію ситуації та підказують відповіді.

Організація StratCom

Для реалізації затвердженої Північноатлантичною радою інформаційної стратегії з досягнення цілей проведених військових операцій до складу оперативних груп з управління кризовими ситуаціями (очолює генеральний секретар Альянсу або його заступник) запроваджуються фахівці всіх основних напрямів StratCom (інформаційних та психологічних операцій, публічної дипломатії, з громадськістю, військово-цивільної взаємодії).

Важливе місце в системі вищих військових органів посідає Військовий комітет НАТО, який за участю підпорядкованих йому інформаційно-аналітичних і командно-штабних структур забезпечує підготовку концептуальних та директивних документів із питань ведення інформаційних і психологічних операцій, здійснює загальне керівництво їх плануванням та проведенням, забезпечує взаємодію військових органів із громадськістю, визначає потреби в силах і засобах на виконання інформаційно-пропагандистських завдань, надає допомогу нижчим штабам під час організації інформаційно-психологічного протидіювання.

Військовому комітету підпорядкований Міжнародний військовий штаб НАТО, який безпосередньо бере участь у виконанні всіх практичних завдань інформаційно-психологічного протидіювання в процесі врегулювання криз. Операційне управління, що входить до складу цього органу, відповідає за реалізацію вказівок Військового комітету альянсу з питань інформаційних та психологічних операцій, а також сприяє налагодженню контактів зі стратегічними командуваннями під час підготовки та проведення цих операцій. Радник зв'язків із громадськістю Міжнародного військового штабу НАТО займається діяльністю всіх військових структур у пропагандистській сфері,

виконує їх взаємодію з вищими керівними органами альянсу та організує інформування громадськості з усіх питань військової політики блоку.

Стратегічне командування операцій на чолі з верховним головнокомандувачем ОЗС НАТО реалізовує загальне керівництво інформаційними й психологічними операціями, безпосередньо бере участь у розробці планів їх проведення, після затвердження яких Військовим комітетом контролює роботу відповідних командувань і надає їм допомогу в проведенні цих операцій.

На країни-учасниці покладено відповідальність за реалізацію на державному рівні установок Ради НАТО в галузі інформаційно-психологічних операцій, організацію їх розвідувального забезпечення, розвиток національних сил та засобів, підготовку й виділення навченого особового складу та необхідних ресурсів.

Безпосереднє керівництво підготовкою й здійсненням психологічних операцій покладено на командувача коаліційного угруповання військ, розгорнутого в районі військової операції альянсу.

Стратегічні психологічні операції організуються за планами країн-учасниць Альянсу із залученням державних структур і переважно без залучення збройних сил. Вони спрямовані на дружні, ворожі та нейтральні аудиторії й можуть проводитися як щодо цілих держав, так і проти окремих соціальних груп (наприклад міжнародних чи національних релігійних угруповань). Цілі цих операцій є довгостроковими та політичними за своїм змістом. Вони орієнтовані на зниження можливостей реальних чи потенційних противників із розв'язання збройних конфліктів, і навіть на підриг їхнього військового потенціалу. Альянс, зазвичай, у таких операціях не бере участі, проте координує свої дії з рішеннями національних урядів.

Стратегічні комунікації НАТО спрямовані, залежно від обставин і подій, на:

- унесення позитивного та безпосереднього внеску в досягнення успішного виконання операцій, місій і заходів НАТО шляхом уключення стратегічного планування комунікації в усе оперативне планування та планування політики;

- здійснення у тісній і довгостроковій координації з країнами НАТО, інформування громадськості, розуміння й підтримки конкретних політик, операцій та інших заходів НАТО у всіх відповідних аудиторіях;

- сприяння інформуванню громадськості й розумінню НАТО як частини більш широких і постійних зусиль у галузі публічної дипломатії.

У березні 2023 р. прийнято стандарт НАТО – Спільну доктрину Альянсу зі стратегічних комунікацій (АJP-10)³⁵⁶. Доктрина стала ключовим документом,

³⁵⁶ Allied Joint Publication-10, Allied Joint Doctrine for Strategic Communications (Edition A Version). URL:

https://assets.publishing.service.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/1146501/20230328-AJP_10_EdA_V1_Strategic_Communications-O.pdf

що детермінує StratCom НАТО і всю діяльність Альянсу, пов'язану з інформацією й комунікаціями. Відповідно до АJP-10 StratCom спрямовано на забезпечення того, щоб уся діяльність НАТО задумувалася, планувалася і виконувалася із чітким розумінням критичної важливості інформування та впливу на сприйняття, ставлення й поведінку аудиторії задля досягнення поставлених цілей і досягнення кінцевого результату. Стандарт окреслює ролі й обов'язки на всіх рівнях командування та детально описує взаємозв'язок військового StratCom із функціями інформаційного штабу (для інформаційних операцій) і комунікаційними можливостями (для військових операцій зі зв'язків із громадськістю й психологічних операцій). Також цей документ є важливим довідником для Альянсу та країн-партнерів на всіх рівнях, оскільки пропонує основу для операцій, місій і завдань, що проводяться коаліцією держав-партнерів НАТО, країн, що не є членами НАТО, інших організацій. Він є орієнтиром для гравців із держав НАТО і країн, що не є членами Альянсу. Цілком прогнозовано, він буде прийнятий як стандарт й у Європейському Союзі.

Комунікації ЄС із країнами Східного партнерства

Сергій ФЕДОНЮК

Напрямок стратегічних комунікацій у Європейському Союзі – один із найновіших. Сьогодні він охоплює роботу спеціалізованих підрозділів у сферах зовнішніх справ і спільної політики безпеки й оборони, а його актуальну інституційну базу оформлено у 2021 р. із затвердженням нової організаційної структури Європейської служби зовнішніх справ (ЄСЗС), яка й забезпечує цю діяльність³⁵⁷.

Сьогодні проводиться активна робота щодо забезпечення людськими ресурсами всіх ланок організаційної структури стратегічних комунікацій ЄС, що є ознакою початку системної роботи в цьому напрямі в найближчій перспективі.

Стратегічні комунікації розглядаються в ЄС як ключовий фактор у протидії гібридним загрозам³⁵⁸. І цей напрям роботи реалізується в рамках спільної політики безпеки й оборони. Гібридні загрози, які ввійшли до політичного порядку денного у зв'язку з російською агресією на сході України, можуть уключати різні стратегії та тактики впливу на процеси прийняття рішень задля досягнення стратегічних цілей, таких як масові інформаційні

³⁵⁷ Organisation chart of the EEAS. *EEAS*. 2021. URL: https://eeas.europa.eu/headquarters/headquarters-homepage/3602/organisation-chart-eeas_en

³⁵⁸ Strategic communications as a key factor in countering hybrid threats. By Villar García Juan Pablo, Tarín Quirós Carlota, Soria Julio Blázquez, Pascual Carlos Galán, Cordero Carlos Galán. *STOA*. (2021). URL: [https://www.europarl.europa.eu/thinktank/en/document/EPRS_STU\(2021\)656323](https://www.europarl.europa.eu/thinktank/en/document/EPRS_STU(2021)656323)

кампанії, вербування радикалів або використання довірених осіб для виконання певних дій. Тому вже у квітні 2016 р. в ЄС прийнято Спільне комюніке про протидію гібридним загрозам задля реалізації скоординованої відповіді на рівні ЄС. Це комюніке визначає концепцію гібридних загроз як «суміш насильницького впливу та підривної діяльності, звичайних і нетрадиційних методів (тобто дипломатичних, військових, економічних, технологічних), які можуть скоординовано використовувати державні чи недержавні суб'єкти для досягнення конкретних цілей, залишаючись нижче від порога офіційно оголошеної війни»³⁵⁹. Повідомлення має на меті забезпечити взаємодію між різними інструментами, доступними на європейському рівні, одночасно сприяючи співпраці між усіма відповідними суб'єктами. Ці інструменти включають Європейський порядок денний із безпеки³⁶⁰, Глобальну стратегію ЄС щодо зовнішньої політики та політики безпеки³⁶¹ і Європейський план оборонних заходів³⁶², Стратегію ЄС із кібербезпеки³⁶³; Стратегію енергетичної безпеки³⁶⁴ й Стратегію безпеки на морі³⁶⁵.

Правові основи підходів до співпраці з країнами Східного партнерства в епоху російської агресії проти України закладено у 2015 р., коли Європейська рада доручила Високому представнику у співпраці з установами ЄС і державами-членами подати план дій щодо стратегічної комунікації (Висновки Європейської Ради, 19 і 20 березня 2015 р.³⁶⁶). З урахуванням цього аспекта прийнято ключові політичні документи, що описують підхід ЄС до боротьби з дезінформацією: «План дій проти дезінформації» (2018); «Повідомлення про

³⁵⁹ Joint Communication to the European Parliament and the Council. *Joint Framework on countering hybrid threats a European Union response*. Brussels. (2016). 18 final. URL: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX%3A52016JC0018>

³⁶⁰ European Agenda on Security – Legislative documents. *European Commission*. URL: https://ec.europa.eu/home-affairs/what-we-do/policies/internal-security/european-agenda-security-legislative-documents_en

³⁶¹ EU Global Strategy. *EEAS*. URL: https://eeas.europa.eu/topics/eu-global-strategy_en

³⁶² European Defence Action Plan. Roadmap. URL: https://ec.europa.eu/smart-regulation/roadmaps/docs/2016_grow_006_cwp_european_defence_action_plan_en.pdf

³⁶³ Joint Communication to the European Parliament, the Council, the European Economic and Social Committee and the Committee of the Regions. *Cybersecurity Strategy of the European Union: An Open, Safe and Secure Cyberspace*. (2013). 1 final. URL: https://eeas.europa.eu/archives/docs/policies/eu-cyber-security/cybsec_comm_en.pdf

³⁶⁴ Communication from the Commission to the European Parliament and the Council. *European Energy Security Strategy*. COM/2014/0330 final. URL: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/ALL/?uri=CELEX%3A52014DC0330>

³⁶⁵ European Union Maritime Security Strategy as adopted by the Council (General Affairs). June 2014. URL: <https://data.consilium.europa.eu/doc/document/ST%2011205%202014%20INIT/EN/pdf>

³⁶⁶ European Council meeting (19 and 20 March 2015) – Conclusions. *European Council*. Brussels. 20 March 2015. URL: <https://www.consilium.europa.eu/media/21888/european-council-conclusions-19-20-march-2015-en.pdf>

боротьбу з дезінформацією в інтернеті», COM (2018) 236³⁶⁷; «Європейський план дій щодо демократії» (2020)³⁶⁸.

Інституційне забезпечення стратегічних комунікацій реалізовано в апараті Європейської служби зовнішніх справ (ЄСЗС). ЄСЗС працює під політичним керівництвом Верховного представника ЄС із закордонних справ і політики безпеки та віцепрезидента Європейської комісії. У всьому світі Європейська служба зовнішніх справ у координації з установами Європейського Союзу займається пріоритетами зовнішньої політики ЄС, уключаючи цивільне й військове планування та реагування на кризи. За допомогою ЄСЗС Європейський Союз працює над запобіганням і розв'язанням конфліктів, підтримкою стійких демократій, просуванням прав людини та сталого розвитку, боротьбою зі зміною клімату й внеском у створення заснованого на правилах глобального порядку.

У структурі ЄСЗС функціонує секретаріат Стратегічних комунікацій і прогнозування в складі відділів комунікаційної політики й публічної дипломатії; стратегічних комунікацій, оперативних груп та інформаційного аналізу; політичного планування й стратегічного прогнозування. Також у цій організаційній структурі функціонує Інститут досліджень безпеки ЄС (EUISS) – Агентство Європейського Союзу, що займається аналізом питань зовнішньої політики, політики безпеки та оборони.

Відділ комунікаційної політики й публічної дипломатії сприяє діяльності Верховного представника ЄС і повідомляє про зовнішні справи ЄС, політику безпеки й оборони, а також зовнішні дії ЄС, ефективно взаємодіючи з цільовою аудиторією. Він співпрацює з представництвами ЄС, місіями та операціями в усьому світі в їхній діяльності, спрямованій на комунікацію з ЄС.

Відділ стратегічних комунікацій і його оперативні групи сприяють ефективній комунікації, що ґрунтується на фактах, протидії дезінформації, та зміцненню загального медіасередовища й громадянського суспільства у відповідних регіонах³⁶⁹.

У рамках Відділу стратегічних комунікацій та інформаційного аналізу функціонують оперативні групи Східного партнерства, Південної Європи, Західних Балкан, Горизонтальна група. У 2015 р., щоб подолати поточні дезінформаційні кампанії Росії, у рамках ЄСЗС створено робочу групу Східного партнерства (East StratCom Task Force, ESTF) з мандатом на боротьбу

³⁶⁷ COMMUNICATION FROM THE COMMISSION TO THE EUROPEAN PARLIAMENT, THE COUNCIL, THE EUROPEAN ECONOMIC AND SOCIAL COMMITTEE AND THE COMMITTEE OF THE REGIONS. Tackling online disinformation: a European Approach. COM (2018) 236. 26/04/2018. URL: [https://ec.europa.eu/transparency/documents-register/detail?ref=COM\(2018\)236&lang=en](https://ec.europa.eu/transparency/documents-register/detail?ref=COM(2018)236&lang=en)

³⁶⁸ European Democracy Action Plan: making EU democracies stronger. *European Commission. Press release.* 3 December 2020. URL: https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/ip_20_2250

³⁶⁹ Strategic communication. *EEAS.* URL: https://eeas.europa.eu/headquarters/headquarters-homepage/100/strategic-communications_en

з дезінформацією, що надходить із-за меж ЄС, фактично – для протидії російській дезінформації, а також розробки й реалізації позитивних стратегічних комунікацій у країнах Східного сусідства. У 2017 р. за цим зразком створено ще дві цільові групи для регіонів Південної Європи та Західних Балкан і Горизонтальну групу, яка зосереджується на нових загрозах, аналізі даних, розробці політики та міжнародному співробітництві, уключаючи систему швидкого сповіщення ЄС про дезінформацію.

Оперативна група Східного партнерства функціонує в складі понад півтора десятка штатних співробітників, найнятих установами ЄС або відряджених державами-членами ЄС. Склад команди формувався з урахуванням професійного досвіду у сфері комунікацій, журналістики й соціальних наук, а також володіння мовами сусідів ЄС, зокрема російською. Група розробляє комунікаційні продукти та кампанії, призначені для кращого пояснення цінностей, інтересів і політики ЄС у країнах цільового регіону (Вірменія, Азербайджан, Білорусь, Грузія, Республіка Молдова та Україна)³⁷⁰.

Велике значення надається співпраці з іншими інституціями ЄС і представництвами ЄС у країнах Східного партнерства, державами-членами та широким колом урядових і неурядових партнерів у межах ЄС, у Східному сусідстві та за його межами. Метою цієї співпраці є ефективніше виконання цільових завдань, зокрема підтримка незалежних ЗМІ й протидія дезінформації, а також обмін кращими практиками у сфері стратегічних комунікацій. Платформу для обміну інформацією з ЄСЗС та іншими інституціями ЄС, державами-членами ЄС забезпечує система швидкого оповіщення про дезінформацію (Rapid Alert System, RAS), один із чотирьох стовпів Плану дій проти дезінформації, схваленого Європейською радою в грудні 2018 р³⁷¹. Для співпраці з міжнародними партнерами використовується Механізм швидкого реагування G7 і НАТО.

Серед напрямів співпраці з головними партнерами ESTF є такі³⁷²:

- співпраця з координаційними центрами держав-членів ЄС, наявними тематичними групами, як-от «Друзі України», та іншими інституціями ЄС, що діють у регіоні;
- робота з новими ініціативами для підтримки незалежних медіа в регіоні, наприклад Russian Language News Exchange під керівництвом голландської компанії й новий Baltic Media Center of Excellence;
- співпраця з DG NEAR Європейської комісії щодо запуску OPEN Neighbourhood programme, спрямованої на покращення комунікації на Сході та підтримку ЗМІ в регіоні.

³⁷⁰ Questions and Answers about the East StratCom Task Force. *EEAS*. 27.10.2021. URL: https://www.eeas.europa.eu/eeas/questions-and-answers-about-east-stratcom-task-force_en

³⁷¹ Factsheet: Rapid Alert System. *EEAS*. 15.03.2019. URL: https://www.eeas.europa.eu/node/59644_en

³⁷² EU EAST STRATCOM Task Force. November 2015. URL: <https://www.tepsa.eu/wp-content/uploads/2015/12/Kimber.pdf>

Загалом ЄСЗС визначила три напрями роботи ESTF у боротьбі з дезінформацією³⁷³: по-перше, це підвищення ефективності власної комунікації ЄС, акцентуючи її на країнах Східного партнерства; по-друге, сприяння зміцненню вільних і незалежних медіа в цільовому регіоні; по-третє, привернення уваги до проблеми дезінформації шляхом проведення адвокаційної кампанії зі збору прикладів дезінформації та демонстрації їх у формі, яка б *оскаржувала* дезінформацію.

Важливим напрямом роботи групи ESTF є підтримка зусиль ЄС щодо зміцнення медіасередовища в країнах Східного партнерства й за його межами, у тісній співпраці з установами ЄС, державами-членами та представниками громадянського суспільства. Група дає змогу забезпечити підтримку незалежних ЗМІ в країнах Східного партнерства з урахуванням потреб регіону, для забезпечення більшого плюралізму ЗМІ й покращення доступу громадян до якісної інформації. Для забезпечення ефективної підтримки незалежних ЗМІ в країнах Східного партнерства група підтримує регулярні контакти та тісно співпрацює з міжнародною спільнотою медіадонорів. Зокрема, група у співпраці з Єврокомісією брала участь у розробці двосторонніх програм підтримки ЗМІ, зокрема спільно з Гендиректоратом сусідства DG NEAR – у розробці нової регіональної програми для незалежних ЗМІ в країнах Східного партнерства (EU4independentmedia) вартістю €11 млн, яка охоплює період 2020–2023 рр.³⁷⁴

Також група аналізує тенденції дезінформації, пояснює й викриває її наративи, підвищує обізнаність про негативний вплив дезінформації, передусім із прокремлівських джерел, що поширюється в регіоні Східного сусідства та за його межами.

Група виконує системну роботу, у тому числі із залученням підрядників ЄСЗС, у напрямі моніторингу ЗМІ та аналізу, передусім, джерел, що контролюються й фінансуються російською державою. Головною метою цієї роботи є підвищення обізнаності про дезінформаційні кампанії, насамперед прокремлівські, а також про COVID-19, націлені на ЄС і його сусідів, моніторинг і викриття цих кампаній. Також Група забезпечує підготовку й розповсюдження інформаційних матеріалів мовами країн регіону та ЄС.

У цьому напрямі працює кампанія EUvsDisinfo, флагманський проєкт Оперативної робочої групи зі стратегічних комунікацій, започаткований у 2015 р. Проєкт спрямований на підвищення рівня обізнаності громадськості щодо дезінформаційних операцій, організованих російською владою, та підтримка формування стійкості до маніпуляцій у громадян країн ЄС і його сусідів. До весни 2021 р. у результаті роботи проєкту викрито й зареєстровано понад 11

³⁷³ “To challenge Russia’s ongoing disinformation campaigns”: the story of EUvsDisinfo. April 22, 2020. URL: <https://euvsdisinfo.eu/to-challenge-russias-ongoing-disinformation-campaigns-the-story-of-euvsdisinfo/>

³⁷⁴ Eastern Europe: Supporting Independent Media in Eastern Partnership Countries. *DT Global*. URL: <https://dt-global.com/projects/eu4im>

тис. випадків прокремлівської пропаганди. Щороку вебсайт EUvsDisinfo відвідує понад 1 млн відвідувачів, а його вміст перекладено різними мовами, у тому числі й українською.

Зі створенням ESTF змінився й підхід представництв ЄС до комунікації в країнах Східного партнерства. У кожній державі-партнері тепер застосовуються індивідуальні заходи та дії, спрямовані на покращення загального стратегічного підходу ЄС до комунікацій. Тісно співпрацюючи з представництвами ЄС й іншими зацікавленими сторонами, Робоча група тісно співпрацює з представництвами ЄС щодо розробки комунікаційних кампаній, у результаті чого громадяни в країнах Східного партнерства інформуються про вигоду від фінансової та технічної підтримки ЄС для демократичних і ринкових реформ.

Так, відповідно до опитування у лютому-березні 2020 р., Європейський Союз визнано міжнародною інституцією, якій найбільше довіряють, і був єдиною міжнародною інституцією, котрій довіряє більшість (60 %) громадян у країнах Східного партнерства³⁷⁵. Що стосується України, то у 2020 р. понад 63 % українців визнавали фундаментальні цінності ЄС й ідентифікували себе з цінностями «миру, безпеки та стабільності», «прав людини», «економічного процвітання», «верховенства права» й «свободи особи», 66 % людей в Україні довіряли Європейському Союзу та лише 26 % – ЄАЕС, 62 % українців знали про фінансову підтримку ЄС³⁷⁶.

На рівні представництв ЄС у державах роботу у сфері стратегічних комунікацій виконують відповідні посадові особи, які співпрацюють зі спеціалістами з питань преси й інформації та забезпечують такі функції³⁷⁷:

- контроль розробки інформаційних продуктів, у тому числі для соціальних медіа;
- сприяння розробці, моніторингу й оновленню комунікаційних цілей та методів ЄС у країнах перебування, а також беруть участь у проактивній комунікації;
- контроль інформаційного середовища в державі перебування;
- аналіз тенденцій і розвитку інформаційного середовища та надання рекомендацій щодо покращення розуміння цінностей, політики й проєктів ЄС на основі інформації, що ґрунтується на фактах;
- розробка, упровадження й координація кампаній, місцевих інформаційних заходів і комунікаційних проєктів із конкретних питань та пріоритетів, у тому числі задля подолання дезінформації, спрямованої на ЄС і його партнерство з країною перебування;

³⁷⁵ Opinion Survey 2020: Regional Overview. *EU NEIGHBOURS east*. June 16. 2020. URL: <https://euneighbourseast.eu/news/opinion-polls/opinion-survey-2020-regional-overview/>

³⁷⁶ Opinion Survey 2020: Ukraine. *EU NEIGHBOURS east*. June 16. 2020. URL: <https://euneighbourseast.eu/news/opinion-polls/opinion-survey-2020-ukraine/>

³⁷⁷ Strategic Communication Press and Information Officer. *EEAC*. URL: https://eeas.europa.eu/headquarters/headquarters-homepage/83986/strategic-communication-press-and-information-officer_en

– оповіщення про тенденції та вразливості в інформаційному середовищі, сприяння передбаченню загроз інтересам і репутації ЄС задля запровадження превентивних заходів;

– сприяння підвищенню обізнаності про негативний вплив дезінформації, допомога в розробці й реалізації спеціальних роз'яснювальних кампаній;

– підтримка зв'язку з місцевими фактчекерами, дослідниками, організаціями громадянського суспільства та журналістами для сприяння аналізу, підвищенню обізнаності, посиленню стійкості до дезінформації й підтримці представництв ЄС у діяльності з моніторингу та підвищення обізнаності;

– співпраця з робочими групами стратегічних комунікацій ЄСЗС.

У цьому аспекті, наприклад, головними завданнями діяльності представництва ЄС в Україні є сприяння політичним й економічним зв'язкам між Україною та Європейським Союзом шляхом підтримання ефективного діалогу з урядовими установами й підвищення поінформованості про Європейський Союз, його установи та програми, а також інформування громадськості щодо розвитку Європейського Союзу, роз'яснювати й відстоювати окремі аспекти політики ЄС³⁷⁸.

³⁷⁸ Представництво Європейського Союзу в Україні. URL: https://www.eeas.europa.eu/ukraine/pro-nas_uk?s=232

РОЗДІЛ 2 БЕЗПЕКОВИЙ ВИМІР СТРАТЕГІЧНИХ КОМУНІКАЦІЙ ЄС

Стратегічні комунікації в контексті спільної безпекової політики ЄС

Сергій ФЕДОНЮК

У контексті спільної політики безпеки ЄС стратегічні комунікації спрямовані на посилення політики безпеки й оборони ЄС шляхом просування цінностей ЄС, зміцнення довіри та побудови підтримки серед громадян ЄС. Спільна політика безпеки й оборони ЄС (СПБО) є життєво важливим елементом загальної зовнішньополітичної стратегії ЄС. Її головна мета – розвиток європейської стратегії у сфері безпеки та оборони, спільне розв’язання конфліктів і криз, захист Союзу та його громадян, а також зміцнення міжнародного миру й безпеки, сприяння миру та стабільності в країнах-сусідах ЄС. Спільна безпекова політика ЄС керується різними принципами, включаючи повагу до прав людини й верховенства права, просування демократії та захист інтересів і цінностей ЄС.

Останніми роками стратегічні комунікації набувають усе більшого значення в спільній безпековій політиці ЄС. Це пов’язано з кількома факторами, включаючи складність загроз безпеці, зростання дезінформації та пропаганди, а також зміну характеру засобів масової інформації й каналів комунікації. Загалом СПБО також швидко розвивається від початку вторгнення Росії в Україну у 2014 р. та особливо з 24 лютого 2022 р., від моменту повномасштабної збройної агресії РФ проти України, що стало значним геополітичним викликом для Європи й спричинило поштовх до пошуку ефективних засобів оборони для ЄС.

Ідея спільної оборонної політики для Європи починається з 1948 р., коли Великобританія, Франція та країни Бенілюксу підписали Брюссельський договір задля створення військової й стратегічної кооперації як відповідь на потенційні безпекові загрози та можливу радянську агресію в Центральній і Східній Європі. Продовженням такої кооперації стало укладення в 1954 р. Західноєвропейського союзу (ЗЄС), який до кінця 1990-х рр. разом із НАТО залишався головним форумом для консультацій і діалогу з безпеки та оборони в Європі³⁷⁹. Після закінчення холодної війни й виникнення в 1990-х рр. конфліктів на Балканах перед ЄС постало завдання взяти на себе відповідальність у сфері запобігання конфліктам і врегулювання криз. Тому з 1992 р. реалізуються завдання ЄС у галузі безпеки й оборони, відомі під назвою *Petersberg tasks* (Петерсберзькі завдання), у 1997 р. включені Амстердамським договором (ст. 17) до первинного права ЄС як «невіддільна частина розвитку Союзу». Військові підрозділи країн-членів могли залучатися до гуманітарних і

³⁷⁹ Assembly of Western European Union. URL: <https://archives.eui.eu/files/inventories/15293.pdf>

рятувальних операцій, операцій на підтримку миру та застосовуватися для врегулювання кризових ситуацій, зокрема в миротворчих операціях. Крім того, створено посаду «Верховного представника зі спільної зовнішньої політики та політики безпеки», щоб дозволити Союзу говорити «одним обличчям і одним голосом» із питань зовнішньої політики. Загалом, Амстердамський договір, що набув чинності в травні 1999 р., кодифікував низку нових структур і завдань Спільної зовнішньої політики та політики безпеки, хоча ним не була створена спільна оборонна політика, але встановлено тісніші зв'язки із ЗЄС і збільшено відповідальність у сферах миротворчої та гуманітарної роботи³⁸⁰. Того самого року на Європейській раді в Кельні країни-члени підтвердили готовність Союзу розвивати можливості для автономних дій, підкріплені надійними військовими силами³⁸¹.

Від початку 2000-х рр. розпочинається тісніша співпраця між ЄС і НАТО, одним зі стимулів до якої стала зміна безпекової ситуації у світі після терористичних атак у Нью-Йорку 11 вересня 2001 р. Ключовою подією стало укладення наприкінці 2002 р. пакету угод «Берлін плюс», що надало ЄС доступ до активів і можливостей НАТО для операцій з урегулювання криз під керівництвом ЄС. ЄС отримував³⁸²: гарантію доступу до всіх можливостей, сил і засобів НАТО для планування військових операцій під командуванням ЄС; діапазон європейських командних можливостей для операцій під егідою ЄС; подальшу адаптацію системи оборонного планування НАТО для спрощення доступу під час проведення операцій під командуванням ЄС; обмін секретною інформацією на основі взаємних правил безпеки; консультації з НАТО в рамках операцій ЄС з урегулювання конфліктів, які припускають використання сил і засобів НАТО.

У 2003 р. колишній Верховний представник Хав'єр Солана отримав від держав-членів завдання розробити стратегію безпеки для Європи³⁸³. У документі під назвою «Безпечна Європа в кращому світі» вперше проаналізовано безпекове середовище ЄС і визначено ключові проблеми безпеки та наступні політичні наслідки для ЄС. Реалізацію документа переглянуто у 2008 р. і в цьому документі чи не вперше сформульовано завдання стратегічних комунікацій у контексті безпекової політики ЄС: «Підтримка громадськості в нашій глобальній діяльності має фундаментальне значення. У сучасних демократіях, де засоби масової інформації та громадська думка мають вирішальне значення для формування політики, громадська прихильність необхідна для підтримки наших зобов'язань за кордоном. Ми

³⁸⁰ Treaty of Amsterdam. *European Parliament*. URL: <https://www.europarl.europa.eu/about-parliament/en/in-the-past/the-parliament-and-the-treaties/treaty-of-amsterdam>

³⁸¹ COLOGNE EUROPEAN COUNCIL 3–4 June 1999. CONCLUSIONS OF THE PRESIDENCY. URL: https://www.europarl.europa.eu/summits/koll1_en.htm

³⁸² NATO, Berlin Plus agreement. June 21, 2006. SHAPE Information. URL: https://web.archive.org/web/20070817094713/http://www.nato.int/shape/news/2003/shape_eu/se030822a.htm

³⁸³ European Security Strategy. 15895/03 1 COUNCIL OF THE EUROPEAN UNION. Brussels. URL: <https://data.consilium.europa.eu/doc/document/ST-15895-2003-INIT/en/pdf>

розгортаємо поліцію, судових експертів і солдатів у нестабільних зонах по всьому світу. На уряди, парламенти та інституції ЄС покладено обов'язок інформувати про те, як це сприяє безпеці вдома»³⁸⁴. Комунікацію розглянуто як глобальний виклик, але увагу звернено переважно на загрози тероризму: «Терористи й злочинці сьогодні можуть діяти по всьому світу: їхня діяльність у Центральній чи Південно-Східній Азії може становити загрозу для європейських країн та їхніх громадян. Тим часом глобальна комунікація підвищує обізнаність європейців про регіональні конфлікти чи гуманітарні трагедії в будь-якій точці світу, про регіональні конфлікти чи гуманітарні трагедії, що відбуваються в будь-якій точці світу»³⁸⁵.

Також у цьому документі наголошено на необхідності задіяння цивільного компонента, що є ознакою сучасного підходу до стратегічних комунікацій. Виокремлено й публічну дипломатію з погляду стратегічної комунікації: «Нам потрібна більша спроможність залучати всі необхідні цивільні ресурси в кризових і посткризових ситуаціях. Посилення дипломатичного потенціалу: нам потрібна система, яка об'єднує ресурси держав-членів із ресурсами інституцій ЄС. Розв'язання проблем, які є більш віддаленими й більш іноземними, потребує кращого розуміння та комунікації»³⁸⁶.

Після невдалих спроб реалізувати проект конституції для Європи в грудні 2009 р. набув чинності Лісабонський договір, який став наріжним каменем у розвитку Спільної політики безпеки та оборони. Договір містить положення про взаємну допомогу й солідарність і передбачає створення Європейської служби зовнішніх справ (ЄСЗС) під керівництвом Верховного представника ЄС із закордонних справ і політики безпеки/віцепрезидента Європейської комісії (HR/VP). Мандат на реалізацію цих двох функцій дають HR/VP змогу об'єднати всі необхідні ресурси ЄС і застосувати комплексний підхід до управління кризами. Одним із ключових положень Договору було створення більш упорядкованої та узгодженої інституційної основи для зовнішньої діяльності ЄС, включаючи його стратегічні комунікації. Як наслідок, Лісабонський договір значно вплинув на комунікаційну стратегію ЄС, даючи змогу унії краще просувати свою політику й цінності та протидіяти дезінформації й пропаганді. Основна теза полягає в тому, що Лісабонський договір забезпечив ЄС більш надійну основу для його стратегічних комунікацій, сприяючи кращій взаємодії зі своїми громадянами, партнерами та зацікавленими сторонами. Важливу роль у цьому аспекті відіграло створення Європейської служби зовнішніх справ, яка почала виконувати координацію зовнішньої діяльності й комунікаційні зусилля ЄС. Крім того, Договір

³⁸⁴ EUROPEAN SECURITY STRATEGY. A SECURE EUROPE IN A BETTER WORLD. *COUNCIL OF THE EUROPEAN UNION*. С. 26. URL: <https://www.consilium.europa.eu/media/30823/qc7809568enc.pdf>

³⁸⁵ Там само

³⁸⁶ EUROPEAN SECURITY STRATEGY. A SECURE EUROPE IN A BETTER WORLD. *COUNCIL OF THE EUROPEAN UNION*. С. 40. URL: <https://www.consilium.europa.eu/media/30823/qc7809568enc.pdf>

забезпечив більшу координацію та узгодженість між різними суб'єктами комунікації ЄС, включаючи делегації й держави-члени ЄС.

Крім того, Лісабонський договір дав змогу ЄС краще просувати свою політику та цінності, особливо у сфері спільної політики безпеки. Договір сприяв встановленню більш комплексного підходу до політики безпеки ЄС, що включає не лише військові й оборонні можливості, а й цивільне врегулювання криз і запобігання конфліктам.

Нарешті, Лісабонський договір дав змогу ЄС краще протидіяти дезінформації та пропаганді, які набувають усе більшого поширення в останні роки. Створення ЄСЗД і посилення координації між комунікаційними суб'єктами ЄС сприяли кращому відстежуванню та реагуванню на дезінформацію та пропаганду, особливо в контексті відносин ЄС зі своїми сусідами та стратегічними партнерами.

Так закладено основу сучасної стратегії у сфері безпеки. У червні 2016 р. колишній верховний представник/віцепрезидент Федеріка Могеріні презентувала Глобальну стратегію зовнішньої політики й політики безпеки Європейського Союзу. Після стратегічної оцінки основних змін і викликів у глобальному середовищі потрібно було переглянути Європейську стратегію безпеки 2003 р. та прийняти новий документ, спрямований на забезпечення широких стратегічних рамок і використання Європейським Союзом різноманітних інструментів та механізмів, які наявні в його розпорядженні, щоб зрозуміти й чітко та узгоджено реагувати на сучасні міжнародні виклики. Глобальна стратегія зовнішньої й безпекової політики Європейського Союзу забезпечила основу для зовнішньої та безпекової політики ЄС. У ній викладено бачення ЄС світового порядку, заснованого на правилах і цінностях, а також окреслено підхід ЄС до вирішення основних безпекових викликів, що стоять перед ЄС. Глобальна стратегія ЄС наголошує на загрозах стратегічного характеру, у тому числі гібридних, тероризму, економічної нестабільності, зміни клімату й енергетичних загрозах. В аспекті безпеки порушено питання стратегічної автономії, що однозначно означає пошук шляхів протидії цим загрозам силами самого Союзу. Глобальна стратегія ЄС уперше охоплює сферу стратегічних комунікацій ЄС і визначає напрями їх розвитку, як-от³⁸⁷:

- зміцнення комунікаційного потенціалу ЄС та підвищення стійкості держав-членів ЄС і країн-партнерів до дезінформації та пропаганди;
- актуалізація взаємодії ЄС із громадянами, громадянським суспільством і засобами масової інформації для сприяння кращому розумінню політики та дій ЄС;
- посилення координації між установами ЄС, державами-членами й зовнішніми партнерами для кращого узгодження дій в аспекті стратегічних комунікацій;

³⁸⁷ Shared Vision, Common Action: A Stronger Europe. A Global Strategy for the European Union's Foreign and Security Policy. URL: https://eeas.europa.eu/sites/eeas/files/eugs_review_web_0.pdf

– створення стійких партнерських відносин із міжнародними організаціями, громадянським суспільством і приватним сектором для просування спільних цінностей та інтересів;

– просування європейських цінностей та інтересів, включаючи просування демократії, прав людини й верховенства права, через зовнішні дії та комунікації.

Також наприкінці 2016 р. визначено Комплексний пакет заходів у сферах безпеки й оборони. Він складається з трьох основних «стовпів»: нових політичних цілей та прагнення європейців узяти на себе більшу відповідальність за власну безпеку й оборону; нові фінансові інструменти для допомоги державам-членам і європейській оборонній промисловості в розвитку оборонного потенціалу («Європейський план оборонних дій»), а також набір конкретних дій у відповідь на Спільну декларацію ЄС–НАТО, яка визначила сфери співпраці між організаціями³⁸⁸.

Одним із головних завдань політики ЄС у цей період стала реалізація системного підходу в зовнішній політиці, оскільки Європа чи не вперше опинилася перед лицем масштабних безпекових викликів. Серед таких загроз – конфлікти поблизу кордонів ЄС і пов’язана з ними криза міграції, тероризм, гібридні загрози, економічна нестабільність, зміна клімату та енергетична безпека, а також актуалізація геополітичної конкуренції за участі Китаю й ін. У цьому зв’язку Ф. Могеріні в опублікованому в червні 2015 р. Стратегічному огляді під назвою «Європейський Союз у мінливому глобальному середовищі: більш пов’язаний, суперечливий і складний світ», наводить відповідні аргументи на користь «об’єднаних зовнішніх дій ЄС», стверджуючи, що вони «надають перевагу різним суб’єктам та інструментам зовнішньої політики ЄС, які об’єднуються для досягнення синергії». «Вертикальна й горизонтальна відокремленість заважає потенційній глобальній ролі ЄС. А у світі зростаючих викликів і можливостей це розкіш, яку ми не можемо собі дозволити»³⁸⁹.

Із прийняттям Глобальної стратегії у 2016 р. ЄС перетворюється в консолідованого міжнародного актора, для якого «важливим є належний рівень амбіцій і стратегічної автономії для здатності Європи сприяти миру та безпеці всередині й за її межами». Тому він посилює «зусилля щодо оборони, кібер-, боротьби з тероризмом, енергетики та стратегічні комунікації»³⁹⁰.

³⁸⁸ The 2016 «Winter Package» on European Security and Defence: Constitutional, Legal and Institutional Implications. URL: [https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/IDAN/2016/571405/IPOL_IDA\(2016\)571405_EN.pdf](https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/IDAN/2016/571405/IPOL_IDA(2016)571405_EN.pdf)

³⁸⁹ The European Union in a Changing Global Environment: A More Connected, Contested and Complex World. June 2015. P. 3. URL: https://eeas.europa.eu/archives/docs/docs/strategic_review/eu-strategic-review_executive_summary_en.pdf

³⁹⁰ Shared Vision, Common Action: A Stronger Europe A Global Strategy for the European Union’s Foreign And Security Policy. URL: https://www.eeas.europa.eu/sites/default/files/eugs_review_web_0.pdf

Отож, для такої амбітної мети потрібна єдина система стратегічних комунікацій, про що йдеться у відповідному пункті документа: «ЄС посилюватиме свої стратегічні комунікації, інвестуючи та об'єднуючи публічну дипломатію в різних сферах, щоб зв'язати зовнішню політику ЄС із громадянами й краще донести її до наших партнерів. Ми покращимо послідовність і швидкість обміну повідомленнями щодо наших принципів та дій. Ми також запропонуємо швидкі, фактичні спростування дезінформації. Ми продовжуватимемо сприяти створенню відкритого та зацікавленого медіасередовища в межах ЄС і за його межами, також співпрацюючи з місцевими гравцями та через соціальні мережі»³⁹¹. І це – перше формулювання стратегічних комунікацій у документі стратегічного планування ЄС.

У листопаді 2017 р. стартувало Постійне структуроване співробітництво (PESCO), засноване на Договорі, структура й процес для поглиблення оборонної співпраці між державами-членами ЄС, які спроможні та бажають це робити. Міністри підписали спільне повідомлення про PESCO й передали його Високому представнику та Раді. У повідомленні міститься перелік із 20 обов'язкових спільних зобов'язань у сферах оборонних інвестицій, розвитку потенціалу й оперативної готовності, а також пропозиції щодо управління PESCO і його принципів. На основі цього повідомлення 11 грудня 2017 р. Рада ухвалила рішення про створення PESCO, участь у якому взяли 25 держав-членів³⁹².

Відповідно до Глобальної стратегії та статей 42(6) і 46, а також Протоколу 10 Договору про ЄС, із прийняттям Постійного структурованого співробітництва з питань безпеки й оборони ЄС розпочав процес більш тісної співпраці у сферах безпеки та оборони. Держави-члени розпочали активізацію роботи Союзу в цій сфері й визнали необхідність посилення координації, збільшення інвестицій та розширення співпраці в розвитку оборонних можливостей. Це – головна мета PESCO. Завдяки PESCO держави-члени підвищують свою ефективність у вирішенні викликів безпеці та просуваються до подальшої інтеграції й зміцнення оборонної співпраці в рамках ЄС.

PESCO має дворівневу структуру³⁹³: рівень Ради, що відповідає за загальний напрям політики та прийняття рішень, включаючи оцінку того, чи виконують країни-учасниці свої зобов'язання, і рівень проєктів (кожен проєкт керується тими державами-членами, які беруть у ньому участь, під наглядом Ради).

PESCO є одночасно постійною структурою для тіснішої співпраці й структурованим процесом поступового поглиблення оборонної співпраці в рамках Союзу, підвищення ефективності європейської оборони, посилення оперативного співробітництва між державами-членами, об'єднання їхніх сил за рахунок підвищення оперативної сумісності та підвищення промислової

³⁹¹ Там само. С. 9.

³⁹² Permanent Structured Cooperation (PESCO). *EEAS*. URL: https://www.eeas.europa.eu/eeas/permanent-structured-cooperation-pesco_en#_ftn1

³⁹³ Permanent Structured Cooperation (PESCO). URL: <https://www.pesco.europa.eu/>

конкурентоспроможності. У результаті PESCO дасть змогу зміцнити стратегічну автономію ЄС, щоб діяти самостійно, коли це потрібно, і з партнерами, коли це можливо. Утім, національний суверенітет країн-учасниць залишається фактично недоторканим, а військовий потенціал, розроблений у рамках PESCO, перебуває в їхніх руках. Також держави-члени можуть надавати його в інших контекстах, таких як НАТО чи ООН.

Постійне структуроване співробітництво є значним кроком у розвитку спільної політики безпеки й оборони Європейського Союзу, який помітно впливає на стратегічну комунікаційну стратегію ЄС. PESCO – це рамки для більш тісної співпраці держав-членів у сфері оборони та безпеки задля посилення обороноздатності ЄС і зміцнення його стратегічної автономії. Основна теза полягає в тому, що PESCO дала змогу ЄС краще донести до громадян, партнерів та зацікавлених сторін свою прихильність до оборонного співробітництва й просувати свої оборонні ініціативи та можливості.

PESCO забезпечила ЄС більш комплексний і скоординований підхід до оборонного співробітництва, що сприяло кращому інформуванню про оборонні ініціативи та можливості ЄС. У результаті ЄС зміг більш ефективно просувати свій оборонний порядок денний і продемонструвати свою відданість зміцненню своєї стратегічної автономії. Створення PESCO також сприяло підвищенню довіри й ефективності оборонних зусиль ЄС, оскільки воно забезпечує більш структуровану та систематичну основу для співпраці держав-членів у сфері оборони.

Крім того, PESCO створила платформу для кращої взаємодії ЄС зі своїми громадянами, партнерами й зацікавленими сторонами з питань оборони. Завдяки PESCO ЄС зміг залучити своїх громадян до процесу прийняття оборонних рішень і підвищити прозорість та підзвітність у сфері оборони. Створення PESCO також дало змогу зміцнити партнерські відносини ЄС з його стратегічними партнерами, такими як НАТО, забезпечивши більш скоординований і цілеспрямований підхід до оборонного співробітництва.

Крім того, PESCO допомогла ЄС краще реагувати на виклики безпеці, що стоять перед Європою й світом. Посилюючи обороноздатність ЄС і зміцнюючи його стратегічну автономію, PESCO допомогла забезпечити кращу підготовку ЄС до реагування на виклики безпеки сьогодення та завтрашнього дня. Комунікаційні зусилля ЄС щодо PESCO також допомогли підвищити обізнаність про виклики безпеці, що стоять перед Європою, і важливість оборонного співробітництва у вирішенні цих викликів.

Нарешті, PESCO чинила значний вплив на стратегічну комунікаційну стратегію ЄС, доючи можливість ЄС краще інформувати про свою відданість оборонній співпраці й просувати свої оборонні ініціативи та можливості серед своїх громадян, партнерів і зацікавлених сторін. PESCO забезпечило більш комплексний та скоординований підхід до оборонного співробітництва, що підвищило довіру й ефективність оборонних зусиль ЄС. Крім того, PESCO створила платформу для кращої взаємодії ЄС зі своїми громадянами,

партнерами та зацікавленими сторонами з питань оборони й для кращого реагування на виклики безпеці, що стоять перед Європою та світом.

Також у 2017 р. започатковано Координований щорічний огляд із питань оборони (CARD), основна мета якого – надати державам-членам і ЄС картину ландшафту обороноздатності в Європі та визначити потенційні сфери співпраці. Із часом це призведе до поступової синхронізації й взаємної адаптації циклів національного оборонного планування та практик розвитку спроможностей, що, своєю чергою, забезпечить більш оптимальне використання й узгодженість національних планів оборонних витрат. CARD став значною подією в спільній безпековій та оборонній політиці Європейського Союзу й має помітний вплив на комунікаційну стратегію ЄС. Основна теза полягає в тому, що CARD дає змогу ЄС краще інформувати про свої оборонні ініціативи та можливості, сприяти розширенню оборонного співробітництва між країнами-членами, а також підвищити довіру до нього і його ефективність у сфері оборони. Залучаючи держави-члени до оцінки і координації їхніх оборонних спроможностей, CARD допомагає підвищити прозорість і підзвітність у сфері оборони. Створення CARD також сприяло підвищенню довіри до оборонних зусиль ЄС та їх ефективності, оскільки вона забезпечує більш структуровану й систематичну основу для країн-членів для координації їхніх оборонних зусиль.

CARD не є окремим інструментом. Разом із розглянутим вище Постійним структурованим співробітництвом (PESCO), Планом розвитку потенціалу (із 2008 р. Європейське оборонне агентство (EDA) розробляє план розвитку потенціалу (CDP) для розв'язання довгострокових проблем безпеки та оборони на основі розгляду майбутніх сценаріїв безпеки й рекомендацій щодо можливостей, які знадобляться європейським військовим для реагування на різні потенційні події³⁹⁴) та Європейським оборонним фондом (EDF) він має стати наріжним каменем узгодженого механізму ЄС для посилення спільного планування, розробки, закупівель й операцій.

Згаданий Європейський оборонний фонд (EDF) – це ініціатива Європейської комісії для підтримки спільних оборонних досліджень і розробок, а також сприяння інноваційній та конкурентоспроможній оборонній промисловій базі. Він запропонований у 2016 р. президентом Комісії Жан-Клодом Юнкером і створений у 2017 р. Згідно з багаторічною фінансовою програмою Союзу на 2021–2027 рр., Фонд підтримуватиме конкурентоспроможні й спільні оборонні проекти протягом усього циклу досліджень і розробок, зосереджуючись на проектах, які можуть кардинально змінити ситуацію для збройних сил країнами-членів. Проекти визначатимуться на основі пріоритетів оборонної спроможності, узгоджених державами-членами в рамках Спільної політики безпеки й оборони та, зокрема, у контексті Плану розвитку спроможності. Проекти спрямовуватимуться на сприяння інтересам безпеки та оборони Союзу. На період 2021–2027 рр. заплановано близько

³⁹⁴ CAPABILITY DEVELOPMENT PLAN. EDA. URL: [HTTPS://EDA.EUROPA.EU/WHAT-WE-DO/ALL-ACTIVITIES/ACTIVITIES-SEARCH/CAPABILITY-DEVELOPMENT-PLAN](https://eda.europa.eu/what-we-do/all-activities/activities-search/capability-development-plan)

€ 8 млрд, 2,7 млрд – на фінансування спільних оборонних досліджень і 5,3 млрд – на фінансування проєктів розвитку спільних можливостей, що доповнюють національні внески³⁹⁵.

Із 2021 р. діє Європейський фонд миру (EPF). Він розширює можливості ЄС щодо забезпечення безпеки своїм громадянам і партнерам. За допомогою EPF ЄС фінансує спільні витрати на військові місії та операції Спільної політики безпеки й оборони, підтримує операції з підтримки миру, що проводяться міжнародними та регіональними організаціями, а також країнами-партнерами по всьому світу, зміцнює потенціал третіх держав і регіональних та міжнародних організацій, пов'язаних із військовими й оборонними питаннями (наприклад надання летального та нелетального військового обладнання для збройних сил або інфраструктури задля безпеки).

Завдяки діяльності Фонду ЄС може краще доносити свою відданість справі сприяння миру й стабільності в країнах-партнерах, демонструвати своє лідерство у сфері врегулювання кризових ситуацій і зміцнювати партнерські відносини з країнами, що потребують військової й оборонної підтримки. EPF став для ЄС унікальним і важливим інструментом підтримки його партнерів у зонах конфліктів, підвищуючи довіру до нього та ефективність зусиль ЄС у сфері врегулювання кризових ситуацій. Крім того, Фонд дав змогу ЄС продемонструвати свою відданість справі зміцнення глобального миру й безпеки та сприяти більш рівноправному й взаємовигідному партнерству з країнами-партнерами, які потребують військової та оборонної підтримки. взаємовигідному партнерству з країнами-партнерами, котрі потребують військової й оборонної підтримки.

Найбільш сучасною стратегією безпеки ЄС став прийнятий у березні 2022 р. «Стратегічний компас для безпеки та оборони»³⁹⁶. У документі надано спільну оцінку стратегічного середовища, у якому діє ЄС, загроз і викликів, із якими він стикається; уміщено конкретні пропозиції з точним графіком виконання, щоб покращити спроможність ЄС діяти рішуче під час криз та захищати свою безпеку й своїх громадян. Стратегією охоплено всі аспекти політики безпеки та оборони, а її основу сформовано навколо чотирьох «стовпів»: діяти, інвестувати, партнерство та безпека. Із прийняттям Стратегічного компаса ЄС демонструє ще більшу консолідацію у сфері політики безпеки й оборони. Загрози та виклики безпеці Союз сприймає як єдиний потужний міжнародний актор, що діє на арені серед партнерів і конкурентів. І хоча в документі не відображено актуальний на момент його прийняття рівень загрози в аспекті повномасштабного збройного вторгнення Росії в Україну, Стратегічний компас демонструє значний розвиток потенціалу ЄС у сфері безпеки й оборони. Це стосується також значного посилення

³⁹⁵ European Defence Fund (EDF). *European Commission*. URL: https://defence-industry-space.ec.europa.eu/eu-defence-industry/european-defence-fund-edf_en

³⁹⁶ A Strategic Compass for Security and Defence – For a European Union that protects its citizens, values and interests and contributes to international peace and security. URL: <https://data.consilium.europa.eu/doc/document/ST-7371-2022-INIT/en/pdf>

стратегії СтратКом Союзу, що забезпечує більш узгоджений і комплексний підхід до врегулювання кризових ситуацій і викликів безпеці. Ініціатива може допомогти ЄС ефективніше комунікувати зі своїми партнерами, зацікавленими сторонами й широкою громадськістю, а також підвищити прозорість і підзвітність. Посилене партнерство може надати ЄС можливість обмінюватися передовим досвідом, координувати зусилля й об'єднувати ресурси для вирішення спільних безпекових викликів. Проактивний і комплексний підхід до врегулювання криз може сприяти зміцненню довіри до можливостей ЄС з врегулювання криз і сприяти більш скоординованому та ефективному підходу до врегулювання кризових ситуацій.

У середовищі безпеки, яке швидко розвивається, Стратегічний компас передбачає потребу в комплексній політиці, яка б допомагала протистояти складним загрозам ЄС, із чіткими цілями політики щодо дезінформації та інших форм утручання, таких як використання енергетичного тиску чи потоків мігрантів як інструментів для змішаних атак проти ЄС³⁹⁷. У таких ширших рамках Компас також запропонував розробити подальші заходи для боротьби з маніпулюванням іноземною інформацією³⁹⁸. За словами Ж. Борреля, ЄС визнав масштаб останніх загроз і потребу в розробці кращих інструментів для протидії змішаним атакам і кампаніям, кіберзагрозам, іноземному втручання та маніпулюванню інформацією. Європейські лідери бачать інтернет, кіберпростір, космічний простір та відкрите море аренами майбутнього протистояння³⁹⁹.

Стратегічний компас ставить завдання посилити співпрацю зі стратегічними партнерами, такими як НАТО, ООН, а також регіональними партнерами (ОБСЄ, АС, АСЕАН), із країнами-однорумцями, такими як США, Канада, Норвегія, Великобританія та Японія; розбудовувати партнерські відносини зі східними й південними сусідами, партнерами в Африці, Азії та Латинській Америці. В аспекті нових викликів безпеці планується глибша співпраця з Україною, Грузією й Молдовою щодо активізації діалогу, зокрема й

³⁹⁷ Borrell Josep (2021). A Strategic Compass for Europe. URL: <https://www.project-syndicate.org/commentary/eu-strategic-compass-by-josep-borrell-2021-11?barrier=accesspaylog>

³⁹⁸ Questions and answers: a background for the Strategic Compass. EEAS. Brussels. 15/11/2021. URL: https://eeas.europa.eu/headquarters/headquarters-homepage/97895/questions-and-answers-background-strategic-compass_en

³⁹⁹ Рада міністрів закордонних справ: коментар Високого представника Жозепа Борреля під час пресконференції. Представництво Європейського Союзу в Україні. URL: https://www.eeas.europa.eu/delegations/ukraine/%D1%80%D0%B0%D0%B4%D0%B0-%D0%BC%D1%96%D0%BD%D1%96%D1%81%D1%82%D1%80%D1%96%D0%B2-%D0%B7%D0%B0%D0%BA%D0%BE%D1%80%D0%B4%D0%BE%D0%BD%D0%BD%D0%B8%D1%85-%D1%81%D0%BF%D1%80%D0%B0%D0%B2-%D0%BA%D0%BE%D0%BC%D0%B5%D0%BD%D1%82%D0%B0%D1%80-%D0%B2%D0%B8%D1%81%D0%BE%D0%BA%D0%BE%D0%B3%D0%BE-%D0%BF%D1%80%D0%B5%D0%B4%D1%81%D1%82%D0%B0%D0%B2%D0%BD%D0%B8%D0%BA%D0%B0-%D0%B6%D0%BE%D0%B7%D0%B5%D0%BF%D0%B0-%D0%B1%D0%BE%D1%80%D1%80%D0%B5%D0%BB%D1%8F_uk?s=232

у сфері протидії змішаним загрозам⁴⁰⁰. Важливо, що в Стратегічному компасі сформульовано потребу в розробці комплексного підходу ЄС до стратегічних комунікацій, включаючи кризові комунікації, для кращої координації дій і забезпечення єдності голосу всіх держав-членів. У документі також підкреслено важливість роботи із зовнішніми партнерами та зацікавленими сторонами, включаючи країни, що не входять до ЄС, і міжнародні організації, як частину стратегічних комунікаційних зусиль.

На початку 2021 р. прийнято Комюніке про посилення внеску ЄС у засновані на правилах багатосторонні відносини, з декларацією зобов'язання «інвестувати в стратегічні комунікаційні можливості для ефективної комунікації й просування цінностей та інтересів ЄС у всьому світі»⁴⁰¹. Передбачено створення спеціальної інституційної структури для координації стратегічних комунікацій, що за рік відображено й у Стратегічному компасі – «вдосконалювати та координувати стратегічну комунікацію ЄС, у тому числі шляхом використання спеціальних ресурсів і структур»⁴⁰². Комюніке передбачає розробку інструментарію боротьби з маніпулюванням і втручанням іноземної інформації. До 2023 р. заплановано створити відповідні механізми для систематичного збору даних про інциденти, використовуючи спеціальні простори даних, щоб виробити загальне розуміння маніпулювання іноземною інформацією й втручання. Ця інституційна й інструментальна основа має забезпечити розвиток і координацію діяльності у сфері стратегічних комунікацій на рівні ЄС, включаючи кризові комунікаційні та інформаційні операції. Крім того, ЄС працюватиме над покращенням своїх можливостей моніторингу й аналізу засобів масової інформації, щоб краще розуміти та протистояти дезінформації й пропагандистським кампаніям. Ця робота координуватиметься Європейською службою зовнішніх дій (EEAS), яка відповідає за зовнішню політику та політику безпеки ЄС, й іншими відповідними відомствами.

Потрібно зазначити, що ще у 2013 р. прийнято Механізм інтегрованого реагування на політичні кризи ЄС (IPCR), – документ, який забезпечує основу для реагування ЄС на кризи й конфлікти, та окреслює підхід ЄС до врегулювання криз і визначає інструменти й процедури, які ЄС може

⁴⁰⁰ Questions and answers: a background for the Strategic Compass. *European Union external action*. URL: https://www.eeas.europa.eu/eeas/questions-and-answers-background-strategic-compass_en

⁴⁰¹ Joint Communication to the European Parliament and the Council on strengthening the EU's contribution to rules-based multilateralism. URL: https://www.eeas.europa.eu/eeas/joint-communication-european-parliament-and-council-strengthening-eu%E2%80%99s-contribution-rules_en

⁴⁰² A Strategic Compass for Security and Defence - For a European Union that protects its citizens, values and interests and contributes to international peace and security. URL: <https://data.consilium.europa.eu/doc/document/ST-7371-2022-INIT/en/pdf>

використовувати для відповідного реагування⁴⁰³. Щоправда, по суті, цей документ був зорієнтований в аспекті протидії загрози тероризму.

Сьогодні інвестиції ЄС у стратегічні комунікації спрямовані на краще розв'язання проблем, пов'язаних із дезінформацією та пропагандою, а також на посилення «м'якої сили» й впливу ЄС на міжнародній арені. Це передбачає надання точної та своєчасної інформації глобальній аудиторії, налагодження партнерства з ключовими зацікавленими сторонами й участь у діалозі з аудиторією. Спеціальний центр стратегічних комунікацій, який створюється відповідно до розглянутих вище ініціатив, що забезпечуватиме прагнення ЄС покращити свої можливості у сфері стратегічних комунікацій і просувати свої інтереси та цінності на міжнародній арені. Загалом Стратегічний компас визнає ключову роль стратегічних комунікацій у зміцненні загальної безпеки й оборони ЄС та окреслює конкретні кроки, які потрібно зробити для посилення зусиль ЄС у цій сфері.

Спільна безпекова політика ЄС зазнала значної еволюції з моменту її заснування в 1999 р. На думку ряду вчених, її фокус зміщується від політики, орієнтованої на цивільні питання, до політики, орієнтованої на військові питання⁴⁰⁴,⁴⁰⁵. Цей зсув відображається в посиленні уваги до військових можливостей та розвитку потенціалу ЄС у сфері військового планування й проведення операцій. ЄС розпочав низку військових операцій, таких як «Аталанта», «Алтея» та «Софія», у різних частинах світу. Цей зсув зумовлений зміною безпекового середовища, а також прагненням ЄС посилити свою роль як глобального гравця у сфері безпеки.

У зв'язку з цим, однією з ключових змін у стратегії стратегічних комунікацій ЄС є посилення уваги до інформування громадськості про військові можливості й операції ЄС. ЄС визнав важливість інформування про обґрунтування своїх військових операцій та їх вплив на ситуацію на місцях. Започатковано низку комунікаційних ініціатив, таких як Інформаційні бюлетені місії⁴⁰⁶ і детальна інформація на вебсайтах місії (наприклад тренувальна місія в Мозамбіку⁴⁰⁷ чи допоміжна військова місія в Україні⁴⁰⁸), де подано широкий спектр аудіовізуальних матеріалів, факт-листів, публікацій, сторіз й ін., які

⁴⁰³ Nimark Agnieszka (2019). Post-Lisbon Developments in EU Crisis Management: The Integrated Political Crisis Response (IPCR) Arrangements. *Ethics and Law for Chemical, Biological, Radiological, Nuclear & Explosive Crises*. DOI: [10.1007/978-3-030-11977-5_7](https://doi.org/10.1007/978-3-030-11977-5_7)

⁴⁰⁴ Anderson S. (2004). The EU: From Civilian Power to Military Power? *International Studies Review*. Vol. 6. No. 3 (Sep., 2004). Pp. 505 – 507. URL: <https://www.jstor.org/stable/3699717>

⁴⁰⁵ Juncos A. E., & Blockmans S. (2018). The EU's Role in Conflict Prevention and Peacebuilding: Four Key Challenges. *Global Affairs*. 4(2-3). Pp. 131 – 140. URL: <https://doi.org/10.1080/23340460.2018.1502619>

⁴⁰⁶ Missions and Operations. *EEAS*. URL: https://www.eeas.europa.eu/eeas/missions-and-operations_en

⁴⁰⁷ European Union Training Mission in Mozambique. URL: https://www.eeas.europa.eu/eutm-mozambique_en?s=4411

⁴⁰⁸ European Union Military Assistance Mission Ukraine (EUMAM). URL:

https://www.eeas.europa.eu/eeas/european-union-military-assistance-mission-ukraine-eumam_en

надають інформацію про військові операції ЄС та їх вплив. Крім того, ураховано важливість взаємодії з ключовими зацікавленими сторонами й партнерами у військовому та оборонному секторах. ЄС установив низку партнерських відносин із НАТО, ООН й іншими регіональними організаціями задля посилення координації та комунікації щодо військових операцій. ЄС також співпрацює з організаціями громадянського суспільства, засобами масової інформації й іншими зацікавленими сторонами, щоб забезпечити інформування громадськості про свої військові операції та політику безпеки.

Ще однією важливою зміною в стратегії стратегічних комунікацій ЄС є прийняття більш проактивного й наполегливого підходу до передачі повідомлень. ЄС визнає важливість протидії дезінформації та пропаганді, особливо в контексті військових операцій. Ця робота виконується переважно в рамках Цільових груп зі стратегічних комунікацій, які відповідають за протидію дезінформації й пропаганді та покращення комунікацій ЄС щодо військових операцій і політики безпеки.

Нарешті, перехід до військово-орієнтованої політики також призвів до посилення уваги до комунікації щодо оборонних витрат і розвитку потенціалу. ЄС визнав важливість інформування про прогрес, досягнутий в оборонному співробітництві, особливо у сфері оборонних витрат, досліджень і розробок. ЄС також наголошує на важливості інформування про додану вартість оборонного співробітництва для посилення безпеки й обороноздатності Європи. Загалом, перехід до значною мірою військово-орієнтованої політики спричинив значні зміни в стратегії стратегічних комунікацій ЄС. Посилення уваги ЄС до інформування про військові можливості, взаємодії із зацікавленими сторонами та партнерами, застосування проактивного підходу до поширення повідомлень й акцентування уваги на оборонному співробітництві відображає мінливе безпекове середовище та прагнення ЄС посилити свою роль як глобального гравця у сфері безпеки.

Незважаючи на успіхи спільної безпекової політики ЄС, існує кілька викликів, із якими вона стикається. Насамперед це суттєва зміна глобального оточення й позиції ЄС у ньому (Сельчов 2016⁴⁰⁹). Але при цьому для СПБО протягом тривалого часу була характерна відсутність чіткого стратегічного бачення. Тому створення військового штабу, започаткування постійної структурованої співпраці (PESCO) й нова роль Європейської комісії у фінансуванні оборони свідчать про еволюцію до більш консолідованої оборонної політики ЄС. Проте зберігаються розбіжності у відповідних стратегіях держав-членів ЄС і співвідношення з безпековою роллю НАТО, що, імовірно, продовжуватиме обмежувати самоствердження європейської

⁴⁰⁹ Selchow Sabine (2016). The construction of «European security». *The European Union in a changing global environment: a systematic analysis*. European Security. 25:3. Pp. 281 – 303. DOI: [10.1080/09662839.2016.1199547](https://doi.org/10.1080/09662839.2016.1199547)

оборони⁴¹⁰. Кореляція з безпековою роллю НАТО ускладнює стратегічну комунікаційну стратегію ЄС. НАТО традиційно є головним безпековим альянсом у Європі, і багато країн-членів ЄС також є членами НАТО. Отже, існує ризик накладання або дублювання зусиль ЄС і НАТО у сфері комунікації й інформування. Крім того, можуть існувати відмінності в комунікаційних стратегіях ЄС і НАТО, що може ще більше поглибити плутанину або брак ясності в сприйнятті громадськістю політики безпеки. Вплив цих викликів можна протсежити в стратегічних комунікаційних зусиллях ЄС із конкретних питань безпеки. Наприклад, реакція ЄС на російське вторгнення й анексію територій в Україні, починаючи з 2014 р., була ускладнена відсутністю консенсусу між країнами-членами ЄС щодо відповідної реакції. Це призвело до неоднозначних меседжів із боку ЄС та відсутності ясності в сприйнятті громадськістю ролі ЄС у конфлікті. Для розв'язання цих проблем ЄС намагається посилити свою координацію й комунікацію з НАТО з питань безпеки. ЄС і НАТО створили низку механізмів для посилення координації, уключаючи регулярні консультації, спільні навчання та заяви. Ці механізми спрямовані на поліпшення обміну інформацією, сприяння тіснішій співпраці й більшій узгодженості дій між двома організаціями. Важливим результатом стала чітко сформульована у 2022 р. єдина позиція ЄС і НАТО щодо засудження жорстокого та неспровокованого вторгнення Росії в Україну, а також у підтримки суверенітету, територіальної цілісності та права України на самооборону.

Одним із таких механізмів є Спільні декларації ЄС і НАТО про спільну політику безпеки й оборони (СПБО), першу з яких підписано у 2016 р. Декларації забезпечують основу для співпраці між ЄС і НАТО з питань безпеки, у тому числі врегулювання криз, морської безпеки та кібербезпеки, а також устанавлюють принципи співпраці, такі як необхідність поважати автономію й незалежність двох організацій. Після спільних декларацій ЄС і НАТО у 2016 і 2018 рр. 10 січня 2023 р. підписано третю спільну декларацію. Важливість зміцнення співпраці між ЄС та НАТО підкреслено на фоні незаконної війни Росії проти України й процесу приєднання до Альянсу Фінляндії та Швеції. Серед охоплених деклараціями питань є й ті, що стосуються стратегічних комунікацій, зокрема протидії гібридним загрозам. Сьогодні координація здійснюється з урахуванням прийнятих нещодавно у ЄС і НАТО документів стратегічного планування (Стратегічна концепція НАТО 2022 р. та Стратегічний компас ЄС), де також зазначено важливість узаємної співпраці з питань, що становлять спільний інтерес, таких як військова мобільність, нові проривні технології, гібридні та кіберзагрози⁴¹¹.

⁴¹⁰ Tardy Thierry (2018). Does European defence really matter? Fortunes and misfortunes of the Common Security and Defence Policy, *European Security*. 27:2. Pp. 119 – 137, DOI: [10.1080/09662839.2018.1454434](https://doi.org/10.1080/09662839.2018.1454434)

⁴¹¹ Joint Declaration on EU-NATO Cooperation. URL: https://www.nato.int/cps/en/natohq/official_texts_210549.htm

Важливе значення має комунікація високого рівня ЄС-НАТО, що забезпечує форум для високопосадовців обох організацій для обговорення, зокрема, військового співробітництва й оперативної сумісності, охоплюючи широкий спектр питань, у тому числі військові навчання, розвиток потенціалу й реагування на кризи⁴¹². Такі події відіграють важливу комунікаційну роль в аспекті стратегічних цілей обох сторін. Крім того, ЄС і НАТО проводять спільні навчання та тренувальні програми для посилення своїх військових можливостей і оперативної сумісності. Наприклад, у листопаді 2022 р. проведено навчання «Відповідь на кризу: інституції ЄС у програмі Integrated Resolve Exercise (PACE)», щоб перевірити реакцію ЄС на гібридні кампанії після ухвалення Висновку Ради ЄС у червні 2022 р. рамок скоординованої відповіді ЄС на гібридні кампанії⁴¹³ та відповідно до Спільних декларацій про співпрацю ЄС–НАТО задля посилення готовності й оперативної сумісності для проведення навчань з урегулювання кризових ситуацій із НАТО⁴¹⁴. Загалом ці механізми демонструють відданість ЄС і НАТО посиленню координації й комунікації з питань безпеки. Працюючи разом, ці дві організації можуть підвищити свою ефективність у вирішенні спільних викликів безпеці та сприяти більшій узгодженості в сприйнятті громадськістю їх ролі в безпековому ландшафті.

СПБО пройшла довгий шлях із моменту свого заснування. Вона стала важливим інструментом ЄС у вирішенні різноманітних безпекових викликів, що постають перед країнами-сусідами та за їх межами. За ці роки СПБО зазнала значних змін. Вона продовжуватиме розвиватись у відповідь на мінливе безпекове середовище. Відповідно розвиватимуться й цілі та спроможності Союзу щодо стратегічних комунікацій задля посилення здатності реагувати на виклики безпеці та сприяти стабільності й безпеці всередині ЄС і за його межами.

⁴¹² NATO – EU Relations. URL: https://www.nato.int/nato_static_fl2014/assets/pdf/2021/11/pdf/2111-factsheet-nato-eu-en.pdf

⁴¹³ Council conclusions on a Framework for a coordinated EU response to hybrid campaigns. URL: <https://www.consilium.europa.eu/en/press/press-releases/2022/06/21/council-conclusions-on-a-framework-for-a-coordinated-eu-response-to-hybrid-campaigns/>

⁴¹⁴ Crisis response: EU institutions in Integrated Resolve Exercise (PACE). URL: https://www.eeas.europa.eu/eeas/crisis-response-eu-institutions-integrated-resolve-exercise-pace_en

Оперативні групи стратегічних комунікацій ЄС: безпековий контекст

Наталія КАПІЧУК

Підґрунття для створення Страткомів ЄС

У сфері стратегічних комунікацій питання безпеки посідають перше місце, а сучасній безпеці загрожує не лише звичайна, а й інформаційна зброя. Фейки, дезінформація, витоки інформації, деструктивна пропаганда, активність агентів впливу, кібератаки, використання соціальних мереж тощо визначають формулою «4D»: спотворюйте (distort), відволікайте (distract), спантеличуйте (dismay) і відкидайте (dismiss); а наслідком цього є поява ще одного D – «сійте сумніви» (doubt)⁴¹⁵. Стратегічні комунікації набувають особливого значення для зовнішньої та внутрішньої політики й безпеки ЄС у контексті дезінформації Російської Федерації та джихадистських пропагандистських кампаній у різних частинах світу.

У доповіді Chatham House за 2011 р. «стратегічні комунікації» визначають як «систематичну серію постійних й узгоджених заходів, які проводять на стратегічному, оперативному та тактичному рівнях, що дає змогу зрозуміти цільову аудиторію й визначити ефективні канали, щоб пропагувати та підтримувати певні типи поведінки»⁴¹⁶. На практиці для організацій, пов'язаних із політикою, стратком уключає елементи публічної дипломатії й «spin», зв'язків із медіа, рекламу, рекрутинг та навчання й, що особливо важливо, високий рівень обізнаності про ситуацію («визначати та стримувати»). В оперативному плані це спричиняє як оборонний («реагувати й відповідати»), так і наступальний вимір («зондувати та просувати»). Глобальна стратегія для зовнішньої й безпекової політики ЄС (2016 р.) зазначає, що стратегічні комунікації передбачають інвестиції в публічну дипломатію в різних сферах для встановлення контактів між зовнішньою політикою ЄС і громадянами й кращого інформування партнерів про політику. Це вимагає підвищення злагодженості та швидкості обміну інформацією щодо принципів і дій, оперативного спростування дезінформації, забезпечення відкритості медіасередовища всередині та поза ЄС як на місцевому рівні, так і через соціальні мережі⁴¹⁷.

⁴¹⁵ Nimmo Ben. Anatomy of an Info-War: How Russia's Propaganda Machine Works, And How to Counter It. *Stop Fake Org.* 2015. URL: <https://www.stopfake.org/en/anatomy-of-an-info-war-how-russia-s-propaganda-machine-works-and-how-to-counter-it/>

⁴¹⁶ Cornish P., Lindley-French J. and Yorke C. Strategic Communications and National Strategy. A *Chatham House Report*. September 2011. URL: <https://www.chathamhouse.org/sites/default/files/r0911stratcomms.pdf>

⁴¹⁷ A Global Strategy for the European Union's Foreign And Security Policy: «Shared Vision, Common Action: A Stronger Europe», 2016. *European Union External Action*. December 15. 2019. URL: https://www.eeas.europa.eu/eeas/global-strategy-european-unions-foreign-and-security-policy_en

«План дій зі стратегічних комунікацій» (2015 р.)⁴¹⁸ (зорієнтований на співпрацю з країнами Східного Сусідства) зазначає, що використання комунікаційних засобів відіграло важливу роль у драматичних політичних, економічних та безпекових подіях, які вплинули на східне сусідство ЄС протягом останніх півтора року. Стратегічні комунікації є важливим інструментом просування загальних політичних цілей ЄС, як-от: 1) ефективне спілкування та просування політики й цінностей ЄС щодо східного сусідства; 2) зміцнення загального медійного середовища, уключаючи підтримку незалежних медіа; 3) підвищення обізнаності громадськості про діяльність зовнішніх суб'єктів із дезінформації та покращення спроможності ЄС передбачати таку діяльність і реагувати на неї.

Отже, стратегічні комунікації тісно пов'язані з безпековими питаннями, які, своєю чергою, є складовою частиною спільної зовнішньої й безпекової політики ЄС. Спільна зовнішня та безпекова політика ЄС ґрунтується на дипломатії, повазі до міжнародного права й має на меті збереження миру, посилення міжнародної безпеки, сприяння міжнародній співпраці, розвитку та консолідації демократії, верховенство права, повагу до прав людини й основоположних свобод⁴¹⁹.

У 2016 р. у ЄС визнали, що Європа стала нестабільним регіоном; кризи всередині Союзу і за його межами прямо впливають на життя громадян, провокують нові виклики, із якими країни ЄС неспроможні впоратися поодиночі через брак і сили, і ресурсів. Тому у 2016 р. схвалено «Глобальну стратегію для зовнішньої й безпекової політики ЄС»⁴²⁰. Зокрема, у Стратегії наголошено, що тероризм, гібридні загрози, економічна нестабільність, зміни клімату, проблеми енергетичної безпеки загрожують безпеці, демократії, процвітання громадян ЄС. Отож ЄС потребує спільних зусиль у сфері оборони, кібербезпеки, протидії тероризму й стратегічних комунікацій. Ефективність взаємодії суттєво залежить від відданості спільним цінностям та інтересам: мир, безпека, процвітання, демократія, повага до прав людини, основоположні свободи, верховенство права, рівність, плюралізм, повага до розмаїття тощо.

Зокрема, для боротьби з тероризмом заохочують 1) більший обмін інформацією та співпрацю між державами-членами й агентствами ЄС; це стосується спільних сповіщень про насильницький екстремізм, терористичні мережі та іноземних бойовиків, а також моніторинг і видалення незаконного вмісту з медіа; 2) поглиблення співпраці в галузі освіти, комунікацій, культури, молоді та спорту для протидії насильницькому екстремізму; протидія

⁴¹⁸ REPORT on EU strategic communication to counteract propaganda against it by third parties. *European Parliament*. October 14. 2016. URL: https://www.europarl.europa.eu/doceo/document/A-8-2016-0290_EN.html

⁴¹⁹ European foreign and security policy. 2022. URL: https://european-union.europa.eu/priorities-and-actions/actions-topic/foreign-and-security-policy_en

⁴²⁰ A Global Strategy for the European Union's Foreign And Security Policy: «Shared Vision, Common Action: A Stronger Europe», 2016. *European Union External Action*. December 15. 2019. URL: https://www.eeas.europa.eu/eeas/global-strategy-european-unions-foreign-and-security-policy_en

радикалізації через розширення партнерських відносин із громадянським суспільством, соціальними суб'єктами, приватним сектором і жертвами тероризму; міжрелігійний та міжкультурний діалог; 3) розвиток антитерористичного співробітництва з дотриманням прав людини з країнами Північної Африки, Близького Сходу, Західних Балкан і Туреччиною.

Стосовно стратегічних комунікацій ЄС зобов'язується посилити 1) свою публічну дипломатію в різних сферах, щоб пов'язати зовнішню політику ЄС із громадянами та краще донести її до партнерів; 2) послідовний і швидкий обмін повідомленнями щодо принципів та дій; 3) спростування дезінформації; 4) відкрите й аналітичне медіасередовище в ЄС та за його межами через співпрацю з місцевими гравцями й соціальні мережі.

21 березня 2022 р., «коли війна повернулася в Європу», Рада ЄС затвердила «Стратегічний компас для безпеки й оборони»⁴²¹, мета якого – посилити політику безпеки й оборони ЄС до 2030 р. та зробити ЄС міцнішим і більш спроможним провайдером безпеки. Зокрема, у Стратегічному компасі йдеться про такі нові безпекові загрози: державні й недержавні суб'єкти використовують гібридні стратегії, кібератаки, кампанії дезінформації, пряме втручання у вибори та політичні процеси, економічний примус й інструменталізацію потоків нелегальної міграції; хибно тлумачать закони, щоб реалізувати власні політичні, економічні та військові цілі; конкуренти ЄС застосовують нові ІКТ, щоб отримати стратегічні переваги й підвищити ефективність своїх гібридних кампаній; пандемія Covid-19 створила ситуацію невизначеності, що стала «вдалим тлом» для поширення шкідливих та неправдивих наративів; вільний і безпечний доступ до глобальних стратегічних доменів стає все більш суперечливим; кіберпростір є полем для стратегічної конкуренції; ЄС усе частіше зазнає більш складних кібератак.

Зважаючи на ці виклики, ЄС зобов'язується розробляти нові й розвивати наявні інструменти протидії, а саме:

1) гібридні інструменти ЄС (EU Hybrid Toolbox) повинні забезпечувати основу для скоординованої реакції на гібридні кампанії, що впливають на ЄС і його держави-члени, та включати, наприклад, превентивні, спільні, стабілізаційні, обмежувальні й відновлювальні заходи, а також посилювати солідарність та взаємодопомогу. Відповідь ЄС має ґрунтуватися на загальному розумінні й оцінці цих загроз, тому Спільнота повинна посилити здатність виявляти, ідентифікувати та аналізувати такі загрози і їх джерело;

2) гібридні команди швидкого реагування ЄС (EU Hybrid Rapid Response Teams) будуть адаптовані до загроз та використовуватимуть відповідний національний сектор, цивільний і військовий досвід ЄС для підтримки держав-членів, місій та операцій спільної політики безпеки й оборони та країн-партнерів у протидії гібридним загрозам;

⁴²¹ A Strategic Compass for Security and Defence For a European Union that protects its citizens, values and interests and contributes to international peace and security. 2022. URL: <https://data.consilium.europa.eu/doc/document/ST-7371-2022-INIT/en/pdf>

3) інструменти кібердипломатії ЄС (EU Cyber Diplomacy Toolbox): превентивні заходи й санкції проти зовнішніх суб'єктів за зловмисну кібердіяльність проти Союзу і його держав-членів;

4) інструменти ЄС для розв'язання й протидії зовнішньому маніпулюванню інформацією та іноземним утручанням (EU toolbox to address and counter foreign information manipulation and interference): протидія дезінформації РФ у контексті її агресії проти України, розробка низки інструментів для ефективного виявлення, аналізу й усунення загрози, покладання витрат на винуватців такої діяльності. Щоб підвищити стійкість суспільства, ЄС посилить доступ до достовірної інформації та вільних і незалежних медіа в усьому Союзі⁴²².

EU StratCom

Європейська служба зовнішніх зносин містить два комунікаційні відділи, які працюють пліч-о-пліч, щоб інформувати, за що виступає організація:

1) відділ комунікаційної політики та публічної дипломатії просуває діяльність Верховного представника ЄС й інформує про закордонні справи ЄС, політику безпеки та оборони, а також зовнішню діяльність ЄС; співпрацює з представництвами ЄС, місіями й операціями по всьому світу в їхній діяльності щодо спілкування з ЄС.

2) відділ стратегічних комунікацій та його робочі групи сприяють ефективній і заснованій на фактах комунікації, протидії дезінформації, нарративному позиціонуванню та зміцненню загального медіасередовища й громадянського суспільства у відповідних регіонах.

Історичне підґрунтя заснування та мандату Оперативної⁴²³ групи зі стратегічних комунікацій⁴²⁴:

Зважаючи на потужність дезінформаційної активності агентів окремих держав (зокрема РФ і Китаю), Європейська служба зовнішніх справ (ЄСЗС) більш конкретно характеризує таку діяльність, як іноземне маніпулювання інформацією та втручання (FIMI – Foreign Information Manipulation and Interference), тобто «створення, представлення й розповсюдження підтверджено неправдивої або оманливої інформації задля отримання економічної вигоди або навмисного обману громадськості, які можуть завдати шкоди суспільству»⁴²⁵. Така суспільна шкода включає загрози демократичним політичним процесам і процесам формування політики, а також захисту здоров'я, безпеки чи довкілля громадян ЄС.

⁴²² Ibidem

⁴²³ Як синонім у перекладі може використовуватися термін «робоча група».

⁴²⁴ 2021 StratCom activity report - Strategic Communication Task Forces and Information Analysis Division. *European Union External Action*. March 23, 2022. URL: https://www.eeas.europa.eu/eeas/2021-stratcom-activity-report-strategic-communication-task-forces-and-information-analysis_en

⁴²⁵ Communication - Tackling online disinformation: a European approach. *European Commission, Policy and Legislation*. April 26, 2018. URL: <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/library/communication-tackling-online-disinformation-european-approach>

Зусилля ЄС, спрямовані на боротьбу з дезінформацією, а нещодавно – з FIMI, розпочалися в березні 2015 р., коли у висновках Європейської ради було закликано розробити «План дій щодо стратегічної комунікації»⁴²⁶ для боротьби з поточними кампаніями дезінформації Росії, у результаті чого створено оперативну групу East Stratcom. Оперативна група Західних Балкан і оперативна група «Південь» створені у 2017 р. для посилення стратегічної комунікаційної діяльності в цих регіонах, а також для моніторингу та аналізу інформаційного середовища.

«План дій проти дезінформації»⁴²⁷ (2018 р.) зобов'язав Європейський Союз і, зокрема, ЄСЗС тісно співпрацювати з державами-членами ЄС і міжнародними партнерами стосовно FIMI. У цій сфері у 2019 р. відділ стратегічних комунікацій об'єднав інституції ЄС і країни-члени ЄС через систему швидкого оповіщення (RAS), яка забезпечує щоденний обмін інформацією й обговорення політики.

Мета протидії FIMI була знову підкріплена в грудні 2019 р. у висновках Ради із загальних справ, окресливши три напрями роботи відділу: 1) проактивна комунікація та підвищення обізнаності, 2) підтримка незалежних медіа, 3) виявлення, аналіз і виклик такій діяльності суб'єктів загрози. Це розширило повноваження на нових учасників та географічні регіони.

У 2020 р. «План дій Європейської демократії»⁴²⁸ закликав розвивати роботу ЄСЗС із державами-членами ЄС і міжнародними партнерами, зосереджуючись, зокрема, на: 1) установленні спільного концептуального розуміння загрози, 2) розробці спільної методології та основи для систематичного збору доказів інцидентів FIMI, 3) удосконалювати інструментарій ЄС для ефективного реагування на загрозу й стягувати витрати з винних.

У червні 2021 р. Європейський суд аудиторів представив звіт «Дезінформація, що впливає на ЄС; боролися, але не приборкали», у якому розглядали виконання ЄС «Плану дій проти дезінформації», 2018 р. Після цього звіту в липні 2021 р. Рада із загальних справ визнала прогрес, досягнутий відділом у виконанні свого мандату, його роль у підтримці ширших зусиль ЄС щодо опису загрозової поведінки та протидії FIMI в контексті поточних пріоритетів політики ЄС. У звіті Ради висвітлено діяльність головної кампанії відділу «EUvsDisinfo» з підвищення обізнаності про FIMI у публічній сфері та міжнародну координацію через систему швидкого сповіщення (RAS).

⁴²⁶ REPORT on EU strategic communication to counteract propaganda against it by third parties. *European Parliament*. October 14. 2016. URL: https://www.europarl.europa.eu/doceo/document/A-8-2016-0290_EN.html

⁴²⁷ Action Plan Against Disinformation. *European Union External Action*. December 5. 2018. URL: https://www.eas.europa.eu/node/54866_en

⁴²⁸ European Democracy Action Plan. *European Commission*. 2020. URL: https://commission.europa.eu/strategy-and-policy/priorities-2019-2024/new-push-european-democracy/european-democracy-action-plan_en

SG.STRAT.2

У 2021 р. Оперативна група зі стратегічних комунікацій та відділ інформаційного аналізу оприлюднили звіт про свою роботу (SG.STRAT.2)⁴²⁹: особливо наголошено, що іноземне маніпулювання інформацією й утручання (FIMI – Foreign Information Manipulation and Interference) – також часто позначене як «дезінформація» – є зростаючою політичною проблемою й викликом безпеці для Європейського Союзу, що визнано в багатьох політичних документах високого рівня (План дій проти дезінформації (2018), Європейський план дій щодо демократії (2020), Європейський стратегічний компас (2022) і кілька висновків Ради). З огляду на компонент зовнішньої політики та політики безпеки, Верховний представник за підтримки Європейської служби зовнішніх справ відіграє провідну роль у вирішенні цього питання.

FIMI – це модель поведінки, яка загрожує або може негативно вплинути на цінності, процедури й політичні процеси. Така діяльність має маніпулятивний характер, здійснюється цілеспрямовано й скоординовано. Суб'єктами такої діяльності можуть бути державні чи недержавні суб'єкти, у тому числі їхні довірені особи на власній території та за її межами.

Іноземні актори, які намагаються маніпулювати інформаційним середовищем ЄС і втручатися в нього, використовують різноманітні тактики, методи та процедури, які постійно розвиваються, часто в поєднанні з кібербезпекою й гібридними загрозами. Наприклад, кібератаки можуть використовувати для отримання конфіденційних документів, що потім можуть бути вибірково «злиті» в політично сприятливі моменти, щоб вплинути на політичний порядок денний, посіяти недовіру або заглушити небажані політичні дебати.

FIMI провокує серйозний виклик демократичним процесам й інститутам. Розробка ефективної відповіді на FIMI є політичним пріоритетом для ЄС і, зокрема, для Верховного представника, оскільки це може підірвати демократичні процеси та інститути в третіх країнах і навіть може використовуватися як інструмент під час повстання чи збройного конфлікту. Зараз це найбільш яскраво проявляється у війні, яку РФ веде в Україні. Водночас це впливає на здатність ЄС реалізовувати свою політику всередині країни й за кордоном. Націлена на ескалацію розбіжностей і поляризацію, FIMI загрожує цілісності вільного та відкритого демократичного обговорення, яке є центральною опорою політичних систем ЄС.

FIMI регулярно використовують для підриву довіри суспільства до легітимності й ефективності демократичних інститутів. FIMI може сприяти посиленню поляризації всередині ЄС і посилити ескалацію політичного насильства в уже схильних до конфліктів регіонах.

⁴²⁹ 2021 StratCom activity report - Strategic Communication Task Forces and Information Analysis Division. *European Union External Action*. March 23, 2022. URL: https://www.eeas.europa.eu/eeas/2021-stratcom-activity-report-strategic-communication-task-forces-and-information-analysis_en

Тому FIMI представляє подвійний виклик. З одного боку, це внутрішня проблема в сенсі захисту демократичних процесів ЄС і його держав-членів. З іншого боку, це зовнішнє питання щодо співпраці з країнами-партнерами-однодумцями, щоб підтримати їх у їхній роботі проти FIMI або спільно працювати над розв'язанням проблеми, яка виходить за межі національних кордонів.

Спроможність ЄСЗС протистояти проблемі FIMI значно зросла з 2015 р., коли ця проблема вперше з'явилася в політичному порядку денному ЄС. На додаток до більш точного розуміння та діагностики проблеми – від «фейкових новин» до «дезінформації», до маніпулювання іноземною інформацією й утручання – відділ розробляє та вдосконалює засоби виявлення, аналізу й протидії FIMI. Це зроблено в тісному контакті та співпраці з мережами міжнародних партнерів, організаціями громадянського суспільства, науковими колами й приватним сектором.

У Звіті про діяльність Страткому за 2021 р. особливо наголошують на ключових акторах (і ініціаторах впливу, і «жертвах») та напрямках протидії ЄС деструктивному інформаційному впливу⁴³⁰:

1. Ключові актори FIMI та пріоритетні регіони

Зовнішню інформаційну маніпуляцію й утручання здійснюють як державні, так і недержавні суб'єкти, а також їх довірені особи. Держави використовують FIMI, щоб дестабілізувати іноземні країни для власної вигоди. Приватні компанії все частіше надають послуги «дезінформації за наймом» або просто використовують фінансові вигоди від збільшення сенсаційного контенту в поєднанні з доходами від реклами.

Відділ стратегічних комунікацій зосереджується на FIMI, яка, як підозрюють, прямо чи опосередковано пов'язана з іноземними урядами. У 2021 р. ЄСЗС зосередила свою роботу на діяльності FIMI, пов'язаній з урядом Росії, на суб'єктах у країнах Східного партнерства, Західних Балканах, Близькому Сході та Північній Африці й на Африканському континенті, а також на нових акторах, імовірно, пов'язаних із китайською владою.

Росія

У той час, як діяльність FIMI, яку проводять російський уряд та його проксі («прокремлівська екосистема»), адаптує свої повідомлення до тактичних пріоритетів конкретних ситуацій, її стратегічною метою залишаються підрич «Заходу» й зміцнення впливу Кремля у світі. Із цією метою вона постійно розширює набір інструментів для поширення та стратегічного розширення своїх наративів, уключаючи комбінації кібератак і витоку вибіркової й часто підробленої або спотвореної інформації. Крім відомих державних медіа, таких як RT і Sputnik, для FIMI Росія також використовує екосистему місцевих проксі

⁴³⁰ 2021 StratCom activity report - Strategic Communication Task Forces and Information Analysis Division. *European Union External Action*. March 23, 2022. URL: https://www.eeas.europa.eu/eeas/2021-stratcom-activity-report-strategic-communication-task-forces-and-information-analysis_en

та підсилювачів (лідери думок, блогери, тощо), які, на перший погляд, не завжди впізнавані аудиторією як підтримувані або фінансовані Кремлем.

Ці тактики, методи, процедури використовують для підриву національних виборів чи референдумів, посилення критики західних урядів й інституцій і підготовки ґрунту для потенційного військового розгортання, наприклад, під час незаконної анексії Криму у 2014 р. або перед уторгненням Росії в Україну 24 лютого 2022 р. У 2021 р. Кремль використав FIMI для поширення пов'язаної з COVID-19 дезінформації на користь російської вакцини «Супутник-V», а також для дестабілізації та підриву реакції Заходу на пандемію.

Східне партнерство

Наративи FIMI, спрямовані на країни Східного партнерства, поширюють страх серед їхніх громадян, що вони безсилі, а їхні долі контролюють і ними маніпулюють ЄС та Захід. Роль російських державних медіа в стимулюванні внутрішньої підтримки ворожих операцій за кордоном залишається ключовою. У Білорусі широка діяльність FIMI продовжує уможливлювати й виправдовувати жорстокість режиму Лукашенка проти власних громадян, незалежних медіа та громадянського суспільства. І хоча роль Росії в білоруській міграційній кризі важко задокументувати, її FIMI збігається з поведінкою режиму Лукашенка в спробах перекласти провину на ЄС за жахливу гуманітарну ситуацію біженців на білоруському кордоні. Кремль використовував діяльність FIMI у 2021 р. для підтримки свого військового нарощування вздовж кордонів України, не лише ставлячи під загрозу безпеку та стабільність в Україні, а й у ЄС та ширшому регіоні. Крім того, FIMI були спрямовані на президентські вибори й газову кризу в Республіці Молдова, висміюючи реформаторську політику президента Майї Санду.

Китай

Через пандемію COVID-19 ЄСЗС спостерігає збільшення зусиль FIMI китайськими акторами, часто прямо чи опосередковано пов'язаними з китайською владою. Китайські офіційні особи та контрольовані державою медіа створили наративи FIMI, які сіють сумніви щодо походження вірусу й безпеки західних вакцин. Діяльність FIMI в Китаї часто вирізняється жорсткими повідомленнями через офіційні канали, спробами змусити замовкнути критичні голоси й фінансуванням впливових людей у соціальних мережах для поширення позитивних наративів про Китай.

У 2021 р. простежено випадкове узгодження та посилення прокремлівських наративів змови: про нібито таємні біолабораторії США в Східній Європі; використання гуманітарної кризи й кризи безпеки в Афганістані або заперечення порушень прав людини в Сінцзяні. Китай також систематично просуває основне повідомлення про те, що його власна система правління є кращою альтернативою західним демократіям. Цей блок став більш очевидним під час розгортання подій військової агресії Росії проти України.

Західні Балкани

Західні Балкани особливо вразливі для FIMI через низький рівень медіаграмотності, низьку довіру до інституцій, обмежений простір для

професійної журналістики та низький рівень свободи медіа. Російські й китайські проксі-сервери беруть участь у FIMI, уключаючи поширення дезінформації та наративів проти ЄС/Заходу разом із деякими регіональними гравцями. Учасники FIMI на Західних Балканах усе частіше використовують маргінальні медіа та анонімні облікові записи в соціальних мережах, щоб просувати певний політичний порядок денний, щоб керувати громадськими дебатами, розкриваючи ймовірний «витік документів» щодо важливих регіональних і міжнародних політичних питань.

У 2021 р. наративи, пов'язані з COVID-19, акцентували увагу на підтримці Китаю та Росії Західних Балкан. Деякі місцеві медіа вихваляли Китай і Росію й підривали позицію ЄС у регіоні, поширюючи наратив про затримку вакцинації, хоча, у підсумку, підтримка вакцинації з боку ЄС справила великий позитивний вплив на регіон. Запровадження цифрових зелених перепусток COVID-19 та інші заходи, ужиті ЄС, державами-членами чи Комісією, часто використовувалися деякими учасниками FIMI у маніпулятивний спосіб, щоб зобразити Союз як дискримінаційний для регіону. Відділ у партнерстві з міжнародними, регіональними, державними й недержавними учасниками працює над розв'язанням проблеми FIMI через низку заходів, які здебільшого зосереджені на розбудові стійкості суспільств Західних Балкан, дотримуючись підходу, визначеного в Європейському плані дій щодо демократії⁴³¹.

Близький Схід і Північна Африка (MENA)

На регіон MENA впливають як діяльність FIMI глобальних акторів, так і місцеві державні та недержавні суб'єкти, які отримали можливості для контролю над політичними дебатами. Інформаційні маніпуляції використовують у поєднанні з кіберспостереженням і кібератаками – іноді за кордоном, іноді всередині країни, – створюючи подальшу нестабільність у нестабільному регіоні.

Наприклад, маніпулювання інформацією в регіоні MENA спрямоване на те, щоб примусити замовкнути, переслідувати та організувати насильство проти громадянського суспільства й партнерів ЄС, особливо проти жінок. Це також загрожує розпалюванням і продовженням конфліктів, ескалацією регіональних протистоянь. Інформаційні маніпуляції дестабілізують регіон, підриваючи довіру до цілісності публічних дебатів, що робить вирішення конфліктів ще більш складним. Отже, це перешкоджає зусиллям ЄСЗС сприяти миру та демократії в регіоні.

2. Пріоритетні виміри й робочі цілі відділу для відповіді на FIMI

Мандат Ради, який призвів до створення SG. STRAT.2 (Strategic Communication, Task Forces and Information Analysis), у його поточній ітерації, передбачає, що робота має бути зосереджена, зокрема, на активній комунікації та підвищенні обізнаності, підтримці незалежних медіа, а також на виявленні,

⁴³¹ European Democracy Action Plan, 2019. *European Commission*. December 30. 2022. URL: https://ec.europa.eu/info/strategy/priorities-2019-2024/new-push-european-democracy/european-democracy-action-plan_en

аналізі й боротьбі з маніпулюванням інформацією та втручання іноземних держав.

Розробляючи концептуальну роботу, підрозділ визначив чотири виміри інструментарію, який ЄС має у своєму розпорядженні для реагування на FIMI: 1) обізнаність із ситуацією; 2) формування стійкості; 3) порушення та регулятивні підходи; 4) дипломатичні відповіді/реакції ЄСЗС. Усі ці чотири виміри містять конкретні індивідуальні інструменти (стратегічна комунікація, регулювання платформи соціальних медіа, медіаграмотність, кампанії з підвищення обізнаності тощо). Команда втілила ці чотири виміри в конкретні робочі цілі⁴³²:

1. *Посилення обізнаності*: Ефективний обмін інформацією з Комісією, державами-членами та міжнародними партнерами, а також зацікавленими сторонами з приватного сектору й організаціями громадянського суспільства 2021 р. стосувався поточної концептуалізації та просування стандартизованого підходу до обміну інформацією й аналізу FIMI. На цьому етапі спільнота дослідників регулярно виявляє FIMI-кампанії, що призводить до ліквідації мереж у соціальних мережах, які займаються такою діяльністю, і до підвищення обізнаності про методи, прийоми, техніки, котрі використовують у таких кампаніях.

ЄС стикається із серйозною проблемою, оскільки розуміння FIMI фрагментоване, а обміну інформацією заважає відсутність визначень, методологічних й узгоджених стандартів обміну даними. Тому важко пов'язати різні кампанії та виявити шаблони в методах і прийомах, які могли б поєднати кампанії з певними суб'єктами загроз.

Зважаючи на ці виклики, у 2021 р. відділ STRAT.2, що займається даними й аналізом, підтримував тісний контакт із міжнародними та приватними партнерами в промисловості й заохочував такі ініціативи, як DISARM (аналіз дезінформації та управління ризиками – Disinformation Analysis & Risk Management)) (раніше «AMITT» – Adversarial Misinformation and Influence Tactics and Techniques – тактики й методи протиборчої дезінформації й впливу) для опису інцидентів дезінформації.

Система швидкого сповіщення (Rapid Alert System – RAS) (запущена 2019 р., але реально запрацювала у 2020 р. через виклики пандемії): Інструмент є ключовим елементом «Плану дій ЄС проти дезінформації» (2018 р.) і призначений для полегшення обміну інформацією після кампаній фейкових новин. Усі країни-члени ЄС призначили національний контактний пункт для моніторингу фейкових новин, а також узгодили певний поріг для активації системи. Європейська комісія підтвердила, що система швидкого сповіщення ЄС для моніторингу серйозних випадків дезінформації введена в дію після низки онлайн-кампаній, пов'язаних зі смертельним спалахом коронавірусу.

⁴³² 2021 StratCom activity report - Strategic Communication Task Forces and Information Analysis Division. *European Union External Action*. March 23, 2022. URL: https://www.eeas.europa.eu/eeas/2021-stratcom-activity-report-strategic-communication-task-forces-and-information-analysis_en

«Приклади дезінформації включають підроблені засоби, котрі нібито спрямовані на усунення загрози, але можуть поставити під загрозу здоров'я (наприклад пити відбілювач, щоб убити вірус, чи вливати оцет у ніздрі, щоб уникнути зараження), або містифікації щодо походження вірусу та способу й швидкості, із якою він поширюється». Представники Google, Facebook, Twitter, Microsoft і торгової асоціації EDiMA на зустрічі з ЄС погодилися «просувати авторитетні джерела» новин, «видаляти заборонений або шкідливий контент» і захищати споживачів від «реклами, що вводить в оману»⁴³³.

Інституції ЄС та держави-члени беруть участь у широкому спектрі заходів із підвищення стійкості, щоб зменшити вплив FIMI. Щоб реагувати на загрози, необхідні надійні структури й політики для захисту громадян і демократичних інститутів від FIMI. Загальне розуміння цих політик і стратегій не лише підвищує стійкість ЄС і держав-членів через міцнішу спільну основу, але також дає можливість синергії для впровадження інструментів для запобігання загрозам FIMI.

STRAT.2 розробляє політику, стратегії та інструменти для реагування на загрозу, яку FIMI становлять для функціонування демократії, безпеки та реалізації політики ЄС. Щоб створити всеосяжну, стійку та ефективну структуру для боротьби з FIMI, відділ тісно співпрацює з інституціями ЄС, державами-членами, а також міжнародними урядами, громадянським суспільством і приватним сектором.

Одним з основних напрямів роботи є подальше вдосконалення термінології, яку використовують для опису нелегітимної поведінки різних суб'єктів інформаційного середовища. Відділ активізував зусилля у 2021 р. для просування термінології FIMI задля створення спільного політичного концептуального визначення в Європейському Союзі та відповідних зацікавлених сторонах (міжнародних партнерів, громадянського суспільства й промисловості), щоб сприяти кращому колективному розумінню ландшафту загроз, забезпечити можливість порівняння аналізу між зацікавленими сторонами та, зрештою, підтримки прозорої структури для ефективного реагування на FIMI. Таку саму роботу проводить ЄСЗС у спеціальній робочій групі в рамках Механізму швидкого реагування G7 (G7 RRM – Rapid Response Mechanism).

2. *Надання стратегічної комунікаційної підтримки представництвам ЄС і місій та операціям спільної зовнішньої й безпекової політики.* У 2021 р. зусилля з підтримки делегацій і місій були доповнені додатковими ініціативами та ресурсами: ураховуючи постійну зміну параметрів загрози на місцях. STRAT.2 заклав міцну основу для більш скоординованого й узгодженого підходу до протидії FIMI, спрямованій на стратегічну присутність ЄС в інших регіонах. Погіршення ситуації в Африці на південь від Сахари та інших географічних регіонах Азії й Африки спонукало до розширення діяльності

⁴³³ Stolton Samuel. EU Rapid Alert System used amid coronavirus disinformation campaign, *EUACTIV*. March 4. 2020. URL: <https://www.euractiv.com/section/media/news/eu-alert-triggered-after-coronavirus-disinformation-campaign/>

відділу. STRAT.2 стратегічно підтримує зв'язки з представництвами та місіями ЄС у своїх регіонах і за кордоном, щоб зміцнити місцевий аналітичний потенціал щодо FIMI, а також сприяє розвитку комунікаційних кампаній та інших заходів для протидії FIMI на місцевому рівні.

Відділ використовує регіональний досвід для застосування унікальних стратегічних комунікаційних зусиль, щоб забезпечити надійну підтримку представництв і місій. Офіцери зі стратегічної комунікації, які працюють у Представництвах ЄС на Сході Європи, Західних Балканах та Півдні, посідають центральне місце в цій роботі. Команда поєднує унікальні інституційні, регіональні й мовні знання з розробкою політики, комунікаційними діями та аналізом даних, щоб зробити представництва та місії ЄС більш стійкими проти загроз, спровокованих забрудненим інформаційним середовищем, «розчищаючи шлях у публічній сфері» для об'єктивної інформації про політику, дії й цінності ЄС.

3. *Зміцнення громадської стійкості та обізнаності про FIMI в ЄС та за його межами:* STRAT.2 сприяє створенню стійкості проти зовнішнього маніпулювання інформацією й утручання через підвищення обізнаності шляхом безпосереднього залучення громадськості та підтримки середовища, де процвітають громадянське суспільство, незалежні медіа й навички медіаграмотності. EUvsDisinfo безпосередньо розвінчує прокремлівську FIMI через цифрові платформи, регулярні аналітичні інформаційні бюлетені та підтримує загальнодоступну базу даних понад 14 000 кейсів (станом на 1 грудня 2022 р.). Весь аналітичний контент EUvsDisinfo доступний англійською та російською мовами, а окремі статті перекладено німецькою, французькою, італійською, іспанською, польською, білоруською й українською, а також вірменською, азербайджанською, румунською та грузинською мовами. У 2021 р. вебсайт EUvsDisinfo набрав понад 890 000 унікальних переглядів сторінок. У соціальних мережах понад 48 600 користувачів стежать за обліковим записом EUvsDisinfo у Facebook і ще 55 600 у Twitter. Найпопулярніші статті EUvsDisinfo у 2021 р. розкривали систематичну прокремлівську кампанію дезінформації проти Німеччини та досліджували, як дезінформація супроводжувала російську агресію проти України.

4. *Стійкість і розбудова потенціалу в сусідніх країнах.* Формування стійкості проти FIMI можливе на основі постійного партнерства та регіональної співпраці з актуальних політичних питань. STRAT.2 налагоджує партнерські відносини з інституціями ЄС, державами-членами, іншими урядами, партнерськими установами, приватним сектором, а також медіа та громадянським суспільством сусідніх країн для розв'язання проблеми FIMI в рамках регіонального підходу й нарощування їхнього потенціалу. Команда працює з місцевими органами влади та організаціями, щоб посилити підтримку ЄС перевіреними факти й дослідженнями; зміцнює потенціал стратегічної комунікації на місцях і підтримує зв'язок з авторитетними місцевими «голосами», щоб розширити повідомлення ЄС у місцевому контексті.

STRAT.2 також підтримує незалежні медіа та громадянське суспільство в країнах із жорстко контрольованим медіасередовищем, особливо там, де ці групи стикаються зі зростаючим тиском уряду, що порушує свободу медіа. Регіональне партнерство й ініціативи з розбудови потенціалу потребують часу та постійного зміцнення. Робота відділу з підтримки таких заходів, як саміт Східного партнерства, саміт ЄС – Західні Балкани або Конференція про майбутнє Європи, демонструє прагнення до побудови місцевих і регіональних партнерств з активістами громадянського суспільства, перевірки фактів, лідерами думок, урядами та журналістами для протидії FIMI, сприяння громадянській активності й підтримці активного медіасередовища, яке може слугувати джерелом натхнення на як місцевому, так і глобальному рівнях.

ЄСЗС прагне співпрацювати зі своїми міжнародними партнерами в усіх аспектах FIMI. STRAT.2 спрямований на розбудову місцевого потенціалу, а також міжнародних альянсів і сприяє спільному розумінню та скоординованій політиці реагування на загрози. Співпраця з державами-членами ЄС і міжнародними партнерами завжди була стрижнем роботи відділу й посилена у 2021 р. Це включає як співпрацю на двосторонній основі, так і участь у міжнародних форумах та мережах, таких як Механізм швидкого реагування G7 і НАТО.

2021 р. був важливим роком для двосторонньої співпраці між ЄС та США, яка ще більше зміцнюється через Раду з торгівлі й технологій ЄС–США. Така двостороння співпраця щодо аспектів маніпулювання іноземною інформацією та втручання має значний потенціал не лише для двосторонніх зусиль і співпраці, але водночас є прискорювачем міжнародного співробітництва в більш широкому плані щодо конкретних аспектів боротьби з FIMI.

Ураховуючи останні події на міжнародній арені та посилене залучення ООН до цієї теми, тісна співпраця з партнерами-однодумцями залишається ключовою перевагою для вивчення варіанта розробки міжнародних норм для реагування на FIMI з повною повагою до основних прав і свобод.

У березні 2022 р. Європейський парламент створив новий спеціальний комітет з іноземного втручання (INGE2). Мета його діяльності – виявити прогалини в законодавстві ЄС, які можуть бути використані для зловмисних цілей. Комітет матиме рік, щоб представити свої рекомендації. Команда Європейського парламенту з боротьби з дезінформацією відстежує та аналізує дезінформацію, співпрацює з іншими інституціями й громадянським суспільством, а також організовує навчання та заходи з підвищення обізнаності.⁴³⁴ Реагуючи на дедалі більше доказів зовнішнього втручання й кампаній дезінформації, що впливають на європейські вибори та публічні дебати, у ЄП створили «Спеціальний комітет з іноземного втручання в усі демократичні процеси в Європейському Союзі, уключаючи дезінформацію II», що спирається на роботу його однойменного попередника, термін повноважень якого закінчився 23 березня 2022 р. Спеціальний комітет аналізуватиме

⁴³⁴ EU action against “fake news”. *European Parliament research Service*. April 21, 2022. URL: <https://epthinktank.eu/2022/04/21/eu-action-against-fake-news/>

ситуацію в Європі та працюватиме над амбітними пропозиціями щодо відповіді на іноземне втручання й маніпуляції. Загрози включають широкомасштабні кампанії з дезінформації, кібератаки, спрямовані на підрив виборчої інфраструктури, операції злому та витоку інформації, націлені на публічних діячів, застосування онлайн-тролів/ботів для поширення «фейкових новин», політичне мікронацілювання на вразливі громади, незаконне фінансування політичних партій і фондів. Крім того, комітет розглядатиме, як регіони ЄС залежать від іноземної технологічної інфраструктури, яка може бути використана для скорочення важливих мереж постачання та зв'язку⁴³⁵.

East StratCom

Застосування інструментів комунікації відіграло важливу роль у драматичних політичних, економічних і безпекових подіях, які вплинули на Східне сусідство ЄС. Це визнано Європейською радою, що у своїх висновках від 20 березня 2015 р. «наголосила на необхідності кинути виклик поточним кампаніям дезінформації Росії та доручила Високому представнику у співпраці з інституціями ЄС і державами-членами представити План дій щодо стратегічної комунікації»⁴³⁶. План дій щодо стратегічної комунікації, представлений у червні 2015 р., має три основні цілі:

- ефективного спілкування та просування політики ЄС стосовно Східного сусідства;
- зміцнення загального медіасередовища в країнах Східного сусідства й державах-членах ЄС, уключаючи підтримку свободи мас-медіа та зміцнення незалежних медіа;
- покращення спроможності ЄС прогнозувати, вирішувати й реагувати на діяльність із дезінформації, котру поширюють зовнішні суб'єкти.

Ключовими сферами співпраці визначено:

1. Збільшення потенціалу стратегічних комунікацій ЄС: робота команди зосереджена на проактивній комунікації про політику й діяльність ЄС у Східному сусідстві та за його межами. Зокрема, команда Stratcom зобов'язується розробити спеціалізований комунікаційний матеріал щодо пріоритетних питань, стосовно яких потрібно покращити стратегічну комунікацію ЄС, або ЄС є об'єктом кампаній дезінформації. Такі продукти будуть надані в розпорядження політичного керівництва ЄС, пресслужб, делегацій ЄС і держав-членів ЄС. Команда розроблятиме комунікаційні кампанії, націлені на ключові аудиторії й зосереджені на конкретних питаннях стосовно цих аудиторій, зокрема на місцевих проблемах. Дії групи East Stratcom ґрунтуватимуться на поточній роботі та узгоджуватимуть із ширшими

⁴³⁵ Our work on foreign interference and disinformation. *S&D*. 2022. URL: <https://www.socialistsanddemocrats.eu/committees/special-committees-foreign-interference-all-democratic-processes-european-union>

⁴³⁶ REPORT on EU strategic communication to counteract propaganda against it by third parties. *European Parliament*. October 14. 2016. URL: https://www.europarl.europa.eu/doceo/document/A-8-2016-0290_EN.html

комунікаційними зусиллями ЄС, включаючи діяльність інституцій ЄС і держав-членів.

2. Робота з партнерами та розвиток мереж: розвиток ефективних мереж комунікаторів буде ключовим для максимізації й посилення впливу та ефективності комунікаційної діяльності, яку проводить команда East Stratcom. Мережі повинні надавати зацікавленим сторонам платформу для обміну продуктами й ідеями, посилювати комунікаційні повідомлення та координувати свою діяльність, зокрема щодо східних сусідів. Мережі створюватимуться поступово, щоб охопити ключових комунікаторів в установах і делегаціях ЄС, державах-членах ЄС, третіх країнах-однорумцях, регіональних та міжнародних організаціях й адміністраціях держав-партнерів. Паралельно розвиватимуться мережі журналістів і представників медіа з метою кращого інформування про політику ЄС і підтримки незалежних медіа в регіоні. Також заохочуватимуться контакти з представниками громадянського суспільства.

3. Комунікаційна діяльність щодо програм, проєктів і заходів, що фінансуються ЄС у Східному сусідстві: розуміння політики та діяльності ЄС у сусідньому регіоні буде посилено за допомогою інших поточних і запланованих заходів, зокрема поточних комунікаційних заходів, котрі здійснюються делегаціями ЄС та посольствами держав-членів на місцях, нової регіональної комунікаційної програми OPEN Neighbourhood⁴³⁷ (діє з 2015 р., її мета – сприяти покращенню сприйняття ЄС і кращому розумінню підтримки ЄС країнам Східного сусідства (Вірменія, Азербайджан, Білорусь, Грузія, Молдова й Україна)) та комунікації, пов'язаної з проєктами ЄС.

4. Підтримка свободи медіа та свободи слова: ЄС і його держави-члени продовжуватимуть активно сприяти свободі медіа в регіоні Східного сусідства, зокрема через співпрацю та підтримку діяльності ОБСЄ й Ради Європи. ЄС тісно співпрацюватиме з Україною, Молдовою та Грузією щодо реалізації відповідних аспектів порядку денного асоціації, зокрема стосовно свободи слова, зібрань й асоціацій.

5. Ініціативи публічної дипломатії в сусідстві: ЄС співпрацюватиме з місцевим населенням, включаючи молодь, представників наукових кіл та громадянського суспільства, через довгострокові ініціативи публічної дипломатії, спрямовані на виявлення цільових аудиторій ЄС, пояснюючи політику ЄС, сприяючи діалогу й гарантуючи, що громадяни загалом добре поінформовані про ЄС. Конкретна підтримка передбачена в рамках Інструменту партнерства та програм на пряму Жана Моне, а також поточна підтримка Erasmus+.

6. Розвиток потенціалу для журналістів і медіа: ЄС підтримуватиме цільову підготовку та розбудову потенціалу журналістів й медіа в регіоні, зокрема через комунікаційну програму сусідства OPEN Neighbourhood, щоб

⁴³⁷ OPEN Neighbourhood – Communication for a stronger partnership: connecting with citizens across the Eastern Neighbourhood. ECORYS. 2019. URL: <https://www.ecorys.com/united-kingdom/our-work/open-neighbourhood-communication-stronger-partnership-connecting-citizens>

посилити медіаприсутність ЄС. ЄС розгляне, як найкраще підтримати навчання журналістів, які переживають конфліктні ситуації, щоб вони могли краще висвітлювати питання стосовно місцевого населення. Координація з ключовими партнерами та державами-членами щодо їх підготовки й зусиль із розбудови потенціалу забезпечуватиметься через спеціальні мережі та координацію делегацій ЄС на місцях. ЄС також розгляне, як найкраще підтримати розвиток мережі журналістів в усьому регіоні для обміну інформацією, заохочення передового досвіду й допомоги стати адвокатами місцевих реформ.

7. Підтримка плюралізму в російськомовному медіапросторі: ЄС забезпечить доступність комунікаційних матеріалів і продуктів місцевими мовами, зокрема російською. Низка держав-членів уже посилює підтримку мовлення російською мовою для національних меншин. Тим часом ЄС продовжуватиме підтримувати на місцевому рівні незалежні медіа, у тому числі російськомовні, щоб забезпечити громадянам доступ до альтернативних джерел інформації їхньою мовою.

8. Взаємодія з громадянським суспільством: ЄС працюватиме над покращенням спроможності громадянського суспільства відігравати свою роль «сторожового пса/спостерігача за медіа» та притягувати уряди до відповідальності, у тому числі шляхом підтримки Форуму громадянського суспільства Східного партнерства.

9. Підвищення обізнаності, розвиток критичного мислення й просування медіаграмотності: ЄС працюватиме з державами-членами та ключовими партнерами, щоб підвищити обізнаність широкої громадськості про діяльність із дезінформації. Країни-члени ЄС й уряди-партнери повинні запровадити заходи з медіаграмотності на всіх рівнях. ЄС може підтримати ці зусилля шляхом пошуку, документування та просування передового досвіду в галузі медіаграмотності. Учасники ЄС повинні підтримувати журналістські організації в захисті цінностей медіапрофесії й заохочувати саморегулювання медіа.

10. Посилення співпраці з питань регулювання в державах-членах ЄС: визнаючи, що медіаполітика залишається насамперед національною компетенцією, ЄС (держави-члени та Комісія) працюватимуть над покращенням співпраці між національними регуляторними органами, у тому числі через зустрічі Європейської групи регуляторів аудіовізуальних медіапослуг.

Робоча група розробляє комунікаційні продукти й кампанії, спрямовані на краще пояснення політики ЄС у країнах Східного партнерства (Вірменія, Азербайджан, Білорусь, Грузія, Молдова й Україна). Вона тісно співпрацює з інституціями ЄС та делегаціями ЄС у країнах Східного партнерства. Робоча група підтримує широкі зусилля ЄС, спрямовані на зміцнення медіасередовища в регіоні Східного партнерства, у тісній співпраці з іншими учасниками ЄС. Метою широкого міжнародного співробітництва є обмін передовим досвідом у сфері стратегічних комунікацій і доступу до об'єктивної інформації, а також забезпечення підтримки незалежних медіа в регіоні. Комунікаційні продукти

компанії зосереджені переважно на країнах Східного сусідства й вироблені місцевими мовами країн. Їх можна знайти через канали соціальних медіа делегацій ЄС у регіоні, а також по телебаченню та через інші медіа й публічні заходи.

Оперативна група аналізує тенденції дезінформації, пояснює та виправляє дезінформаційні меседжі й підвищує обізнаність про дезінформацію, продуковану РФ.

Досягнення East StratCom Task Force:

1. Із моменту створення Групи підхід представництв ЄС до комунікації в країнах Східного партнерства кардинально змінився: розроблено індивідуальні заходи та дії в кожній країні-партнері, спрямовані на покращення загального стратегічного підходу ЄС до комунікацій. Співпрацюючи з представництвами ЄС й іншими зацікавленими сторонами, Оперативна група розробила комунікаційні кампанії, пояснюючи складні політичні питання та ілюструючи, як громадяни в країнах Східного партнерства отримують пряму вигоду від фінансової й технічної підтримки ЄС для демократичних і ринкових реформ.

Згідно з опитуванням у лютому-березні 2020 р., Європейський Союз визнано міжнародною інституцією, якій найбільше довіряють, і єдиною міжнародною інституцією, котрій довіряють більшість (60 %) громадян у країнах Східного партнерства⁴³⁸.

2. East StratCom Task Force допомагає забезпечити відповідну підтримку та з урахуванням потреб незалежних медіа в державах Східного партнерства, щоб сприяти більшому плюралізму медіа в регіоні й покращити доступ громадян до якісної інформації. Оперативна група підтримала Європейську комісію в розробці нової регіональної програми для незалежних медіа в країнах Східного партнерства (EU4independentmedia) вартістю €11 млн, яка охоплює період 2020–2023 рр., а також допомогла розробити двосторонні програми підтримки медіа Комісією⁴³⁹.

Бюджет: оперативна група спирається на наявні ресурси в інституціях ЄС і державах-членах, включаючи персонал інституцій і відряджених національних експертів із держав-членів. Група працює в рамках наявного бюджету для стратегічних комунікацій ЄС. У 2018 р. надано € 1,1 млн із підготовчих дій Європейського парламенту для її роботи з боротьби з прокремлівською дезінформацією. У 2019 р. цей бюджет збільшився до € 3 млн, а у 2020 р. – до

⁴³⁸ WHAT HAS THE TASK FORCE ACHIEVED REGARDING COMMUNICATION IN THE EASTERN NEIGHBOURHOOD? QUESTIONS AND ANSWERS ABOUT THE EAST STRATCOM TASK FORCE. *EUROPEAN UNION EXTERNAL ACTION*. 27.10.2021. URL: [HTTPS://WWW.EEAS.EUROPA.EU/EEAS/QUESTIONS-AND-ANSWERS-ABOUT-EAST-STRATCOM-TASK-FORCE_EN#11235](https://www.eeas.europa.eu/eeas/questions-and-answers-about-east-stratcom-task-force_en#11235)

⁴³⁹ HOW DOES THE TASK FORCE STRENGTHEN THE MEDIA ENVIRONMENT IN THE EASTERN NEIGHBOURHOOD? QUESTIONS AND ANSWERS ABOUT THE EAST STRATCOM TASK FORCE. *EUROPEAN UNION EXTERNAL ACTION*. 27.10.2021. URL: [HTTPS://WWW.EEAS.EUROPA.EU/EEAS/QUESTIONS-AND-ANSWERS-ABOUT-EAST-STRATCOM-TASK-FORCE_EN#11235](https://www.eeas.europa.eu/eeas/questions-and-answers-about-east-stratcom-task-force_en#11235)

€ 4 млн. На 2021 р. загальний бюджет, виділений для відділу стратегічних комунікацій та аналізу інформації ЄСЗС для боротьби з дезінформацією й маніпулятивним утручанням, а також стратегічних комунікаційних можливостей становитиме € 11,1 млн⁴⁴⁰ й окремо через Європейську фон медіа й інформації – € 5,7 млн на 33 проекти боротьби з дезінформацією у 2022 р.⁴⁴¹.

Бюджет забезпечує професійний моніторинг медіа, дезінформації та аналіз даних, розробку й реалізацію комунікаційних кампаній, розробку та переклад контенту для підвищення обізнаності про дезінформацію кількома мовами ЄС і країн-сусідів ЄС, а також розробку тренінгів та симуляцій щодо того, як реагувати на дезінформацію. Мета полягає в тому, щоб отримати більш вичерпну, актуальну й глибоку картину іноземних кампаній дезінформації, охопити інформаційні кампанії нової аудиторії та підвищити стійкість ЄС і його сусідів до дезінформації.

6 листопада 2019 р. Україна і ЄС досягнули домовленості поновити засідання групи високого рівня з питань стратегічних комунікацій під головуванням віцепрем'єр-міністра України з питань європейської та євроатлантичної інтеграції. Зокрема, на зустрічі обговорювали формати залучення України до діяльності Робочої групи з питань дезінформації Генерального директорату Єврокомісії з комунікацій (DG Communication Task Force on disinformation), а також поглиблення співпраці з Оперативною групою зі стратегічних комунікацій Європейської служби зовнішніх справ (EU East StratCom Task Force). Київ зацікавлений у створенні механізму обміну інформацією та найкращими практиками між українськими та європейськими фахівцями у сфері протидії дезінформації, стратегічних комунікації й кібербезпеки, аби посилити спроможність українських установ протистояти гібридним атакам Росії. У цьому контексті віцепрем'єр-міністр запропонував налагодити постійну співпрацю між EU East StratCom та МЗС України за такими напрямками, як кризові комунікації; проактивні стратегічні комунікації, донесення правдивої інформації, яка ґрунтується на фактах; розробка та реалізація спільних інформаційних кампаній; обмін результатами моніторингу. Україна зацікавлена в приєднанні до Системи швидкого сповіщення ЄС (RAS), яка створюється для оперативного реагування на кампанії з дезінформації⁴⁴².

⁴⁴⁰ DOES THE TEAM HAVE A BUDGET TO ADDRESS DISINFORMATION? QUESTIONS AND ANSWERS ABOUT THE EAST STRATCOM TASK FORCE. *EUROPEAN UNION EXTERNAL ACTION*. 27.10.2021. URL: [HTTPS://WWW.EEAS.EUROPA.EU/EEAS/QUESTIONS-AND-ANSWERS-ABOUT-EAST-STRATCOM-TASK-FORCE_EN#11235](https://www.eeas.europa.eu/eeas/questions-and-answers-about-east-stratcom-task-force_en#11235)

⁴⁴¹ EMIF awards €5.7M for projects fighting disinformation in 2022. *European University Institute*. November 3. 2022. URL: <https://www.eui.eu/news-hub?id=emif-awards-5.7m-for-projects-fighting-disinformation-in-2022>

⁴⁴² Україна і ЄС домовилися про посилення співпраці у боротьбі з дезінформацією. *УкрІнформ*. 6.11.2019. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-polytics/2813316-ukraina-i-es-domovilisa-pro-posilenna-spivpraci-u-borotbi-z-dezinformacieu.html>

EUvsDisinfor

С. Левандовські й Дж. Лінам вважають, що сьогодні громадянський обов'язок – протистояти суспільству «після істини», коли свідомі помилки можна назвати «альтернативними фактами»; коли певні політики стверджують, що «більше не існує факту» або «істина не є істиною»; це потрібно визнати як виклик для ліберальних демократій. Сьогодні правда перебуває під загрозою через використання практик дезінформації, так званих «4D»: distort (спотворювати інформацію), distract (відволікати увагу), dismay (збентежувати) and dismiss (ігнорувати інформацію)⁴⁴³.

Прикладом «4 D» є діяльність медіаканалів РФ, зокрема Sputnik і RT, які після знищення літака Малазійських авіаліній MH17 російським буком у 2014 р. спочатку заперечували, що то була російська ракета (спотворення); потім сказали, що то був український напад (відволікання); потім поінформували, що пілот навмисно створив аварійну ситуацію й літак уже перевозив мертві тіла (збентеження); і насамкінець заявили, що це була організована змова з дискредитації й подальшого повалення керівництва Російської Федерації (ігнорування фактів). Наслідком постійного застосування «4 D» є поява ще одного D – «doubt» – сумніву: ми починаємо сумніватися в медіа, урядові, експертах і згодом у правді.

У боротьбі з дезінформацією ключову роль відіграють журналісти, які вишукують крихти правдивої інформації, аналізують та зіставляють факти, з'ясовують, кому дезінформація вигідна й із якою метою, а потім, незважаючи на утиски й погрози, оприлюднюють результати свого розслідування для широкого загалу. Однак боротьба з дезінформацією сьогодні є обов'язком кожного громадянина: попередити друзів, родичів, сусідів про небезпеку поширювати дезінформацію та наголошувати на потребі перевіряти вірогідність повідомлень, особливо тих, що надто вражають. Брехня чи просто неперевірена інформація швидко поширюється соціальними мережами саме через те, що її реципієнти полінувалися переконатися в її об'єктивності, бо це потребує часу й певних зусиль. Однак сучасні ІКТ дають змогу кожному провести власне журналістське розслідування.

Саме для того, щоб допомогти споживачам інформації переконатись у вірогідності інформаційних джерел, створено сайт [EUvsDisinfo.eu](https://euvsdisinfo.eu), який є частиною кампанії, орієнтованої на краще прогнозування, розгляд і реагування на прокремлівську дезінформацію. Кампанію «ЄС проти дезінформації» проводить оперативна група East Stratcom Європейської служби зовнішніх справ (European External Action Service East Stratcom Task Force), створена після того, як у березні 2015 р. глави держав та урядів ЄС наголосили на необхідності оскарження поточних кампаній із дезінформації з боку Росії⁴⁴⁴.

⁴⁴³ Lewandowsky S., Lynam J. Combating 'fake news': The 21st century civic duty. *The Irish Times*. December 29. 2018. URL: <https://www.irishtimes.com/opinion/combating-fake-news-the-21st-century-civic-duty-1.3739327>

⁴⁴⁴ EUvsDisinfo. 2020. URL: <https://euvsdisinfo.eu/about/>

EUvsDisinfo «активно залучається до інформування громадськості й урядів. Ми проводимо брифінги та тренінги для керівних установ ЄС, урядів держав-членів, журналістів і громадських організацій, а також регулярно виступаємо на міжнародних конференціях. Наша продукція є важливим ресурсом для політичних лідерів, державних відомств, дослідників, аналітичних центрів і журналістів у всьому світі»⁴⁴⁵.

EUvsDisinfo – це флагманський проєкт оперативної робочої групи зі стратегічних комунікацій Європейської служби зовнішньополітичної діяльності; започаткований у 2015 р. з метою покращення прогнозування, нейтралізації та усунення наслідків діяльності здійснюваних Російською Федерацією кампаній із дезінформації, що спрямовані проти Європейського Союзу, його держав-членів і країн, котрі розміщені в безпосередньому сусідстві з ними.

Основна мета проєкту EUvsDisinfo – підвищення рівня обізнаності громадськості щодо дезінформаційних операцій Кремля та розуміння нею таких операцій, а також надання громадянам у Європі й поза її межами допомоги у формуванні стійкості до маніпуляцій із боку джерел цифрової інформації та медіа. Проєкт EUvsDisinfo моніторить медіа й здійснює ідентифікацію, збір і викриття матеріалів дезінформаційного характеру, що генеруються прокремлівськими медіа та поширюють у країнах ЄС і Східного партнерства. Сервіс надає інформацію 15 мовами.

Із часу появи сайту EUvsDisinfo.eu, де викривали приклади російської пропаганди, з'явилося чимало противників цієї ініціативи ЄС, які заявляють, що, як державна структура, ЄС не має права втручатись у справи «вільної преси». Зокрема, статтю на цю тему у впливовому виданні EU Observer у 2018 р. надрукував відомий проросійський політик Нідерландів Ар'єн Н'єбор (Arjen Nijeboer) під заголовком «Чому ЄС мусить закрити EUvsDisinfo» (англ. *Why the EU must close EUvsDisinfo*), де, як головний аргумент, Н'єбор зазначив, що ліберальні демократії Європи ще з часів Просвітництва не дозволяють собі втручатись у справи «вільної преси», тож створення EUvsDisinfo є кричущим порушенням цієї традиції⁴⁴⁶.

Робоча група проводить щотижневий «Огляд» дезінформації. Цей сайт є єдиною загальнодоступною міжнародною базою даних дезінформації (14 тис. кейсів станом на 1 грудні 2022 р.). «Огляд» підтримує й пропагує також сторінка EUvsDisinfo Facebook та обліковий запис у Twitter (Twitter@EUvsDisinfo). Група керує російськомовним сайтом Служби зовнішньої діяльності Європейського Союзу. Російською мовою говорять і розуміють мільйони людей у всьому світі, включаючи країни-члени ЄС. Російськомовна вебсторінка інформує, передусім, про зовнішню політику ЄС, публікуючи інформацію про діяльність ЄС, а також заяви ЄС і пресрелізи, що стосуються, зокрема, Східного сусідства.

⁴⁴⁵ Ibidem

⁴⁴⁶ Nijeboer Arjen. Why the EU must close EUvsDisinfo. *EU Observer*. March 28. 2018. URL: <https://euobserver.com/opinion/141458>

Експерти групи фіксують випадки дезінформації й де вона з'явилася, проте не завжди пов'язують її з Кремлем. Огляди аналізують повідомлення, а не його творця. Таким способом експерти намагаються бути об'єктивними. Робоча група East Stratcom доповнює базу даних великою кількістю власних аналітичних статей про різні аспекти дезінформації; збирає й рекомендує звіти, дослідження та статті інших авторів із цього питання; навчає інституції ЄС, уряди держав-членів, журналістів і дослідників на цю тему, а також регулярно бере участь у конференціях, щоб поділитися своїм досвідом. Інформаційні продукти Робочої групи East Stratcom регулярно цитують і використовують політики, уряди, державні установи, дослідники, аналітичні центри й журналісти в Європі та за її межами.

Щотижневий «Огляд дезінформації» (Disinformation Review) як головний продукт Робочої групи зорієнтований на підвищення обізнаності про дезінформацію. Однак через те, що «Огляд» розкриває останні дезінформаційні повідомлення у мас-медіа, він не може вважатись офіційною позицією ЄС. Аналітики Робочої групи наголошують, що вони не займаються контрпропагандою; їхнє головне завдання – пояснити та просувати політику Європейського Союзу в Східному сусідстві, а також виправляти дезінформацію.

Зокрема, в оглядах 2018 р. проведено ретельний аналіз кремлівської дезінформації, зорієнтованої на формування викривленого образу ЄС. Підкреслено, що прокремлівська кампанія з дезінформації має одну стратегію: незважаючи на різноманітність повідомлень, каналів, інструментів, рівнів, амбіцій і тактичних цілей та на швидку спроможність адаптуватися, стратегічна мета одна – послабити Захід і зміцнити Кремль. Із цією метою здійснюють диверсифікацію повідомлень – для росіян та для неросіян у різних частинах світу. Наприклад, дезінформація про те, що ЄС перетворює людей на гомосексуалів або педофілів, вважатиметься смішною в Західній Європі, але може переконати певну аудиторію в країнах Східного партнерства. З іншого боку, ці аудиторії вважатимуть неправдоподібним повідомлення про те, що Україну очолюють політики з фашистськими переконаннями; проте воно може досягти успіху в деяких країнах Західної Європи. Російські пропагандисти розробляють різні послання не лише для різних регіонів, але й для різних соціально-економічних груп, виходячи з їхнього віку, освіти, доходів, статусу й професії. Повідомлення, яке використовують для впливу на дипломата, не матиме успіху в студента або пенсіонера й навпаки. Дезінформація для короткострокового впливу на людей, які беруть участь у процесах прийняття рішень, відрізнятиметься від повідомлення, що намагається впливати на ширшу громадську думку в довгостроковій перспективі⁴⁴⁷.

Кремлівська кампанія з дезінформації використовує різні канали для різних аудиторій. У Центральній і Східній Європі дезінформація переважно

⁴⁴⁷ The Strategy and Tactics of the Pro-Kremlin Disinformation Campaign. *EUvsDisinfo*. June 27, 2018. URL: <https://euvsdisinfo.eu/the-strategy-and-tactics-of-the-pro-kremlin-disinformation-campaign/>

поширюється через десятки спеціалізованих відділень місцевими мовами. Однак цей інструмент виявився неефективним у країнах Північної Європи, де російський канал Sputnik мав закритися; кампанія перейшла до соціальних медіа, дискусійних форумів, кібератак та онлайн особистих залякувань. Орієнтація на російськомовну меншість може бути найефективнішим інструментом у державах, де є багато російськомовних громадян.

Кампанія має різні тактичні цілі й завдання для різних аудиторій. Вона може подавати теорії змови саме тій аудиторії, що готова їх сприймати; вона грає на проросійських та антизахідних почуттях в одному суспільстві (наприклад у країнах Східної Європи, державах-членах СНД), а також використовує інтереси місцевих національних меншин або антинімецькі / панслав'янські емоції в іншому. Це провокує істерію та поляризацію через, наприклад, агресивне повідомлення про біженців (Наприклад, «історія дівчинки Лізи» в Німеччині, 2016 р.)⁴⁴⁸ чи на підтримку / засудження ЛГБТ-спільноти тощо, щоб переконати обидві сторони, що той, хто стоїть по інший бік, є абсолютною загрозою. Спочатку описують реальну проблему, але потім додають помилкові та / або викривлені факти. Спільним для кремлівських кампаній є гра на емоціях, коли суспільство стає схвильованим, заляканим, ірраціональним і, як наслідок, легко піддається маніпулятивному впливу. Страх є основною емоцією, котра найсильніше поляризує суспільство⁴⁴⁹.

Кремлівська кампанія з дезінформації має різні рівні цілей: 1) цілі високого рівня: допомогти Росії досягти своїх військових цілей у Криму (2014 р.); європейські вибори та референдуми (2016 й 2017 рр.), щоб послабити консенсус у Європі стосовно політики щодо Росії; підірвати довіру до України й зупинити військову допомогу й політичну підтримку (2022 р.); 2) цілі нижчого рівня: підірвати ліберальну демократію, сіяти та посилювати недовіру до достовірних джерел інформації (уряду чи основних медіа) в геополітичному напрямі країни та в роботі міжурядових організацій; використовувати й посилювати розбіжності між різними соціально-економічними групами на основі національної приналежності, раси, доходу, віку, освіти та професії. Цей тип кампанії з дезінформації часто сприймається як маргінальний, але може досягти значних результатів у довгостроковій перспективі.

Кампанія з дезінформації є частиною російської військової доктрини; до кампанії залучають найвпливовіші російські державні медіа, діяльність яких жорстко контролюють високопосадовці загальнодержавного рівня (регулярно проводять щотижневі зустрічі Кремлівської ієрархії з найважливішими російськими журналістами з державних мас-медіа). Саме це відрізняє кампанію від інших, менш агресивних і не явно спрямованих на ЄС операцій з іноземним впливом. Журналісти, які беруть активну участь у ній, отримують

⁴⁴⁸ Прокуратура Німеччини: «дівчинка Ліза» вигнала історію зі звалтуванням. *LB.ua*. 29 січ. 2016. URL: https://lb.ua/world/2016/01/29/326702_prokuratura_germanii_devochka.html

⁴⁴⁹ The Strategy and Tactics of the Pro-Kremlin Disinformation Campaign. *EUvsDisinfo*. June 27. 2018. URL: <https://euvsdisinfo.eu/the-strategy-and-tactics-of-the-pro-kremlin-disinformation-campaign/>

президентські й військові нагороди. Держава вимагає, фінансує та винагороджує дезінформаційну діяльність як економічно ефективний метод досягнення своїх цілей. Кампанія безпосередньо спрямована на заподіяння шкоди ліберальній демократії, верховенству права й правам людини, а також припиненню діяльності інституцій, міжурядових організацій, політиків та окремих осіб, які їх захищають.

Дезінформація є серйозною проблемою, оскільки використовується Кремлем як засіб набуття влади в російській і зовнішній політиці. Проте дезінформація також може бути смішною, недолугою, коли той, хто намагається ввести в оману глядачів, помиляється та викривається. Ось кілька кейсів:

У 2018 р. журналісти сайту EUvsDisinfo.eu перевірили багато фактів, котрі спростували дезінформаційні меседжі РФ, зокрема: 1) російське державне телебачення показало бойові сцени із Сирії, які насправді виявилися кадрами комп'ютерної гри «Arma 3»; 2) російське державне телебачення показало, що лідер Північної Кореї Кім Чен Ин посміхається, потискуючи руку міністру закордонних справ Росії, але посмішка була додана за допомогою Photoshop; 3) RT переконувала, що підозрювані в Солсбері є лише регулярними туристами; 4) російське державне телебачення помилково називало Азовське море «нашим внутрішнім морем» безпосередньо перед тим, як загострилася ситуація в цьому районі; 5) російське медіа інтерв'ювало данських політиків, котрі згодом не могли розпізнати власні слова, коли почули переклад російською; 6) російське державне телебачення показало «один із найсучасніших роботів», який виявився людиною у відповідному костюмі; 7) російське державне телебачення взяло інтерв'ю в «українця», який скаржився на свою країну, але опитуваний був білоруським актором тощо⁴⁵⁰.

Усвідомлюючи деструктивний вплив дезінформації не лише на систему прийняття рішень, але й на масову свідомість, оцінки, судження й переконання громадян, у січні 2018 р. Європейська комісія створила групу експертів високого рівня (highlevel group of experts «the HLEG») для надання консультацій щодо політичних ініціатив для протидії фальшивим новинам і поширенню дезінформації онлайн. На думку групи відповідь на дезінформацію повинна ґрунтуватися на таких п'яти «стовпах»:

1) підвищити прозорість онлайн-новин, уключаючи адекватний і конфіденційний обмін даними про системи, що забезпечують їх обмін в інтернеті;

2) сприяти медіа- й інформаційній грамотності для протидії дезінформації та допомагати користувачам у навігації у цифровому медіасередовищі;

3) розробити інструменти для розширення можливостей користувачів і журналістів боротися з дезінформацією та сприяти позитивній взаємодії на основі інформаційних технологій, які швидко розвиваються;

⁴⁵⁰ Disinformation in 2018: Twelve Embarrassing Moments. *EUvsDisinfo*. 2018. URL: <https://euvsdisinfo.eu/disinformation-in-2018-twelve-embarrassing-moments/>

4) зберігати різноманітність і стійкість європейської новинарної медіаекосистеми;

5) сприяти продовженню досліджень впливу дезінформації в Європі, щоб оцінити заходи, ужиті різними суб'єктами, і постійно коригувати необхідні відповіді⁴⁵¹.

Потрібно зазначити, що не лише Україна чи Німеччина є об'єктами деструктивного інформаційного впливу. У січні 2019 р. «Огляд» дезінформації РФ викрив такі оманливі й фальшиві повідомлення:

1) *Україна: фальшиві звинувачення, що Україна є агресором на Донбасі і в Керченській протоці; Україна знову презентувалася як «невдала держава», оскільки були подані неправильні твердження про плани України закрити свої атомні електростанції через брак урану; МЗС України звинувачували в служінні інтересам олігархів й Україна невдовзі досягне вершини списку країн з найбільшим боргом; весь процес із наданням «томосу» ПЦУ є передвиборчим трюком і не зовсім реальним документом;*

2) *Литва: 13 січня литовці відзначали ніч у 1991 р., коли радянські війська намагалися придушити відновлену незалежність країни. Захищаючи свою свободу, люди чинили опір радянським агресорам, які використовували спеціальні війська і танки; загинуло 14 беззбройних цивільних осіб. Прокремлівська дезінформація подавала ці події в іншому та цинічному світлі, стверджуючи, що 14 людей були вбиті земляками-литовцями. Парламент Литви видав щорічну премію Свободи семи борцям за свободу – лісним братам, котрі чинили опір радянській окупації наприкінці Другої світової війни. Намагаючись дискредитувати боротьбу за незалежність країн Балтії й вибілити історію радянської окупації, віддавна прокремлівські медіа наклеюють на Балтійських лісових братів ярлик нацистських співробітників. Риторика була оновлена відповідно до сучасних тенденцій, оскільки лісові брати були позначені як терористи. Дезінформатори також використали нагоду похвалити режим Сталіна як «не кривавий і дуже гуманний»;*

3) *Македонія: планова поява нової Республіки Північна Македонія надихнула прокремлівські мас-медіа стверджувати, що країна була змушена змінити свою назву через вимоги в контексті вступу до НАТО, що нібито викликало масові протести;*

4) *Грузія: лабораторія в Грузії, яка є частиною Національного центру з контролю за захворюваннями та громадського здоров'я (NCDC), що почав функціонувати в серпні 2013 р., тривалий час перебувала в епіцентрі відкритих теорій змови. Центр Luga є авторитетним закладом у лабораторній мережі NCDC і слугує референс-лабораторією для системи охорони здоров'я Грузії. У січні 2019 р. в російських медіа з'явилися бездоказові заяви, що біологи з американської військової медичної групи й деякі приватні підрядники могли проводити таємні експерименти над грузинами та що майже 100 осіб загинули,*

⁴⁵¹ A Multi-Dimensional Approach to Disinformation. Report of the independent High level Group on fake news and online disinformation. *Publications Office of the European Union*. 2018. URL: <https://op.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/6ef4df8b-4cea-11e8-be1d-01aa75ed71a1>

бо безкоштовна програма ліквідації гепатиту С не відбувалася, як планувалося⁴⁵²;

5) *Білорусь*: Захід керує акціями протесту в Білорусі; США прагнуть убити А. Лукашенка (теорії змови); Білорусь урятувала Європу й запобігла вибуху бомби, коли дала дозвіл літаку Ryanair приземлитися в аеропорту Мінська; Захід прагне встановити в Білорусі русофобський режим тощо.

Кейси дезінформації й фейків та їх спростування у 2022 р.: 1) Польща використовує уявну російську загрозу, щоб виправдати свою мілітаризацію (дезінформація, бо триваюча модернізація польської армії й закупівля передової військової техніки є відповіддю Польщі на реальну нинішню безпекову кризу, яку Росія створює в Європі); 2) війна в Україні – це возз'єднання російського народу (цей за своєю суттю расистський наратив «загальноросійського великого народу» ґрунтується на імперській Росії й російсько-реваншистській ідеології, спрямованій на послаблення національної ідентичності українців, а також на підрив українського державного суверенітету); 3) НАТО воює з Росією руками українців (НАТО як організація не бере участі в бойових діях в Україні, і Захід не воює з Росією чи росіянами); 4) Росія ніколи нікому не загрожувала ядерною зброєю (з першого дня війни Росія озвучує своє право використовувати ядерну зброю в Україні на всіх рівнях – від високопосадовців до пропагандистів); 5) рішення Литви застосувати санкції ЄС щодо транзиту товарів до Калінінграда є незаконними (транзит пасажирів і несанкційних вантажів до/з Калінінградської області через Литву продовжується без перебоїв; Литва не вводила жодних односторонніх, індивідуальних чи додаткових обмежень на транзит); 6) іноземці в лавах ЗСУ є злочинцями й РФ не повинна виконувати Женевську конвенцію («Учасники бойових дій – це члени збройних сил сторони, що перебуває в конфлікті, або добровольчих загонів, які входять до її складу»), національність – це не питання приналежності до Збройних сил; це не є незвичайною практикою, оскільки інші країни також пропонують іноземцям можливість приєднатися до іноземного легіону, не будучи найманцями, як у випадку з французьким *Légion étrangère*.) тощо⁴⁵³.

Дослідження та звіти *EUvsDisinfo* акцентують увагу на таких питаннях⁴⁵⁴: пояснення того, як поширюється дезінформація; як діють та як впливають RT і Sputnik (екосистема російських медіа); утручання РФ у вибори у світі; аналітичні матеріали про вплив дезінформації; РФ пропаганда популізму та вплив політичного екстремізму; «м'яка сила» РФ для підривної діяльності заради відновлення статусу РФ як великої держави; реакція держав, звіти й розслідування як відповідь на російську дезінформацію та спроби ворожого

⁴⁵² There have never been any Russian forces in Ukraine !? *EUvsDisinfo*. January 19. 2019. URL: <https://euvsdisinfo.eu/there-have-never-been-any-russian-forces-in-ukraine/>

⁴⁵³ Disinfo Database. *EUvsDisinfo*, 2022, https://euvsdisinfo.eu/disinformation-cases/?text=russia%20ukraine%20invasion&date=&per_page=

⁴⁵⁴ Дослідження та звіти. *EUvsDisinfo*, 2022, <https://euvsdisinfo.eu/uk/%d0%b4%d0%be%d1%81%d0%bb%d1%96%d0%b4%d0%b6%d0%b5%d0%bd%d0%bd%d1%8f-%d1%96-%d0%b7%d0%b2%d1%96%d1%82%d0%b8/>

впливу; заходи протидії (про діяльність East StratCom); як світові медіаплатформи протидіють дезінформації; ініціативи журналістських розслідувань, медіаграмотності, академічні дослідження.

Увесь величезний обсяг роботи експерти EUvsDisinfo здійснюють за допомогою міжнародних фахівців, котрі реалізують ініціативи щодо журналістських розслідувань, медіаграмотності, боротьби з дезінформацією, академічних досліджень⁴⁵⁵:

- Bellingcat
- START2THINK Collection of Fact-checking Tools
- Digital Forensics Research Lab
- The Atlantic Council
- Alliance for Securing Democracy
- NATO StratCom Centre of Excellence
- Hybrid CoE
- Polygraph
- Graphika
- Programme On Democracy & Technology, OII
- Arena, LSE
- Institute for Strategic Dialogue
- New Knowledge
- StopFake
- Ukraine Crisis Media Center
- Free Russia Foundation
- Kremlin Watch program of the European Values Center for Security Policy
- GLOBSEC

Кампанія з протидії кремлівській дезінформації, яку культивували й поширювали впродовж багатьох років, потребує тривалого часу та великих зусиль, адже є споживачі інформації, котрі сприймають факти саме в момент показу; але є й ті, котрі потребують більшого переконання, повторення повідомлень, щоб виправити свої помилкові судження. До протидії й боротьби з дезінформацією мають залучатися журналісти різних медіа, діяльність яких повинна ґрунтуватися на принципах транспарентності, відповідальності, чіткому відокремленні перевірених фактів від думок; владні структури не повинні втручатися в інформаційну політику медіа; організації громадянського суспільства можуть реалізовувати проєкти з підвищення медіаграмотності громадян. Онлайн-платформи, зокрема соціальні мережі й онлайн відеоплатформи, спроможні вплинути на громадську думку шляхом сортування, відбору та рейтингування новинарної інформації й слугуватимуть інструментом перевірки вірогідності фактів. На жаль, немає доказів того, що потік російської дезінформації зменшиться, а отже, і поле для подальших наукових досліджень залишається широким.

⁴⁵⁵ Ibidem

*Western Balkans StratCom Task Force*⁴⁵⁶

Трансформаційні процеси переходу, а також нестабільність у регіоні зробили держави Західних Балкан плідним полем для напруження, впливу в багатьох сферах як державних, так і недержавних акторів. З іншого боку, держави перебувають на різних стадіях взаємодії з ЄС: беруть участь у переговорах про вступ до ЄС (Сербія, Албанія), перебувають на стадії ініціації переговорів про вступ (Косово) або є повноправними членами НАТО (Албанія, Чорногорія, Північна Македонія). Тому стабільність має вирішальне значення для підтримки регіонального миру, стабільності й безпеки.

Стратегічні комунікації можна застосовувати як інструмент для посилення стійкості, як на Західних Балканах, шляхом активної комунікації про політику ЄС щодо держав Західних Балкан, а також цілісний підхід стосовно всього регіону, індивідуально й колективно, а також у Європейському Союзі через надання точної та правильної інформації про події в регіоні.

Загрози в регіоні й сфери допомоги

Переважає китайський вплив загалом через економічне партнерство в секторі державної інфраструктури через проекти, що є частиною ініціатив «Один пояс, один шлях» у багатьох країнах, уключаючи Північну Македонію й Чорногорію. З іншого боку, Росія має сильну присутність у нафтовому та газовому секторах на Західних Балканах, міцне військове й оборонне співробітництво із Сербією. Туреччина, чії відносини з регіоном охоплюють часи Османської імперії, сприяє розвитку відносин через освіту, релігію та сферу послуг, переважно в охороні здоров'я, але також має стабільний товарообіг із регіоном.

З іншого боку, проблема виникає через сприйняття й імідж Західних Балкан у Європі також. Країнам-членам ЄС бракує знань про внесок держав Західних Балкан в ініціативи ЄС, уключаючи операції та місії Спільної політики безпеки й оборони, але не обмежуючись ними. Основну увагу в репортажах приділяють насамперед корупційним скандалам, організованій злочинності та політичним зловживанням. Це в поєднанні з повільним просуванням реформ, переважно у сфері верховенства права, є серед основних причин того, чому ЄС вагається щодо включення держав Західних Балкан до Союзу.

Для Європейського Союзу створення чіткої, лаконічної й точної розповіді про досягнення ЄС на Західних Балканах, а й навпаки – прогрес держав Західних Балкан у різних сферах має вирішальне значення. У цьому контексті надання точних, чесних і доступних даних про економічні спроможності ЄС підтримувати регіон протягом тривалого періоду часу надзвичайно важливо, як і повідомлення про те, що інші учасники теж мають кошти, щоб зробити те саме.

⁴⁵⁶ Rademaker Michel, Jovana Perovska, Strategic Communications Capability Building in the Western Balkans. *The Hague Centre for Strategic Studies*. 2021. URL: <https://hcss.nl/wp-content/uploads/2021/01/WB-StratCom-Paper.pdf>

Хоча для ЄС важливо донести те, що він має й що може запропонувати державам Західних Балкан (як у фінансовому плані, так і в плані цінностей і переваг), не менш важливо для держав Західних Балкан позиціювати себе як рівноправних країн, які прагнуть членства в ЄС, а не лише як другорядних гравців, котрі запитують про допомогу.

Тому завдання для стратегічних комунікацій ЄС – це, з одного боку, поширювати наратив про переваги ЄС, підтримку держав Західних Балкан із боку ЄС (як протидія китайсько-російсько-турецькому впливу в регіоні); з іншого – інформування в країнах-членах ЄС про участь держав Західних Балкан у проєктах й ініціативах ЄС.

Отже, сам факт створення спеціального структурного підрозділу зі стратегічних комунікацій ЄС та подальша диверсифікація його діяльності свідчать про серйозне ставлення ЄС до сучасних кампаній зовнішньої інформаційної маніпуляції й втручання. Основний спосіб боротьби – посилення обізнаності пересічних громадян, розвінчування дезінформаційних вкидів та фейків, формування стійкості громадськості до деструктивних інформаційних кампаній, передусім, спровокованих РФ.

Стратегічні комунікації ЄС для протидії пропаганді екстремізму й радикалізму

Наталія КАРПЧУК

Виклики ЄС у комунікаційній сфері

Стратегічні комунікації слугують інструментом і для радикальних, терористичних організацій та допомагають їм здобути успіх в інформаційному просторі держав світу. У звіті 2016 р. Інституту ЄС із вивчення безпекових питань зазначено: «Спосіб, яким Росія й так звана Ісламська держава Іраку та Леванту (ІДІЛ), також відома як ДАШ, підтримували свої ворожі дії дезінформацією й пропагандою в ефірі та онлайн, відчутно сприяв дестабілізації в сусідніх із ЄС регіонах, меншою мірою – у Європі. Їхні дії часто досліджували окремо, оскільки вони, безумовно, різні й особливі по-своєму. Проте їх сукупний вплив підкреслив необхідність для ЄС дати послідовну відповідь на ці виклики згідно з цінностями та інтересами ЄС через скоординовані заходи й повідомлення»⁴⁵⁷.

Терористичні атаки 2016–2017 рр. у державах-членах ЄС і понад 30 змов, розкритих спецслужбами у 2017 р., наочно демонструють, що Європа зіткнулася з усе зростаючою загрозою тероризму⁴⁵⁸. У червні 2018 р. в доповіді

⁴⁵⁷ Strategic Communications: East and South, Report # 30. *EU Institute for Security Studies*. July 2016. URL: https://www.iss.europa.eu/sites/default/files/EUISSFiles/Report_30.pdf

⁴⁵⁸ High-Level Commission Expert Group on Radicalisation (HLCEG-R) Final Report. *Home Affairs*. 2018. URL: https://ec.europa.eu/home-affairs/sites/homeaffairs/files/what-we-do/policies/european-agenda-security/20180613_final-report-radicalisation.pdf

Європейського парламенту зазначено, що в ЄС є від 50 до 70 тис. радикалізованих джихадистів; а у звіті Європолу з питань тероризму (2018 р.) указано, що дільність джихадистів значно потужніше впливає на суспільство, ніж будь-яка інша терористична категорія; окрім того, існують ще так звані «ненасильницькі екстремісти», чия тоталітарна ідеологія кидає виклик європейським цінностям, поляризує суспільство й спонукає до сектантства⁴⁵⁹.

Радикалізація, яка призводить до екстремізму й тероризму, – це не нове явище, але зараз воно набуває небувалих масштабів по всьому ЄС. Держави-члени ЄС змушені протистояти спільним викликам, зокрема використання інтернету й соціальних медіа терористичними групами та екстремістськими організаціями для пропаганди й рекрутингу, для підриву миру в суспільстві та руйнування спільних цінностей. У доповіді Високої групи експертів із питань радикалізації зазначено, що впродовж 2017 р. ІДІЛ постійно використовувала інтернет для поширення інструкцій із підготовки терористичного акту, для прославлення після теракту, для виховання, навчання й рекрутингу. Аль-Каїда, Боко Харам, різноманітні праворадикальні екстремісти теж є «вправними» користувачами інтернету й соцмереж⁴⁶⁰.

У 2016 р. у ЄС визнали, що Європа стала нестабільним регіоном; кризи всередині Союзу та за його межами прямо впливають на життя громадян, провокують нові виклики, із якими країни ЄС неспроможні впоратися поодиночі через брак і сили, і ресурсів. Тому у 2016 р. схвалено «Глобальну стратегію для зовнішньої й безпекової політики ЄС»⁴⁶¹. Зокрема, у Стратегії наголошено, що тероризм, гібридні загрози, економічна нестабільність, зміни клімату, проблеми енергетичної безпеки загрожують безпеці, демократії, процвітанню громадян ЄС. Отож ЄС потребує спільних зусиль у сфері оборони, кібербезпеки, протидії тероризму й стратегічних комунікацій. Ефективність взаємодії суттєво залежить від відданості спільним цінностям та інтересам, а саме: миру, безпеці, процвітанню, демократії, повазі до прав людини, основоположним свободам, верховенству права, рівності, плюралізму, повазі до розмаїття тощо.

21 березня 2022 р., «коли війна повернулася в Європу», Рада ЄС затвердила Стратегічний компас для безпеки й оборони⁴⁶², мета якого – посилити політику безпеки та оборони ЄС до 2030 р. й зробити ЄС міцнішим і

⁴⁵⁹ Farinelli Francesco. EU action on radicalization needs to be targeted at grassroots level. *The Parliament Magazine*. March 19. 2019. URL: https://www.theparliamentmagazine.eu/articles/partner_article/european-foundation-democracy/eu-action-radicalisation-needs-be-targeted

⁴⁶⁰ High-Level Commission Expert Group on Radicalisation (HLCEG-R) Final Report. *Home Affairs*. 2018. URL: https://ec.europa.eu/home-affairs/sites/homeaffairs/files/what-we-do/policies/european-agenda-security/20180613_final-report-radicalisation.pdf

⁴⁶¹ A Global Strategy for the European Union's Foreign And Security Policy: «Shared Vision, Common Action: A Stronger Europe», 2016. *European Union External Action*. December. 2019. URL: https://www.eeas.europa.eu/eeas/global-strategy-european-unions-foreign-and-security-policy_en

⁴⁶² A Strategic Compass for Security and Defence For a European Union that protects its citizens, values and interests and contributes to international peace and security. 2022. URL: <https://data.consilium.europa.eu/doc/document/ST-7371-2022-INIT/en/pdf>

більш спроможним провайдером безпеки. Зокрема, у Стратегічному компасі йдеться про такі нові безпекові загрози:

- державні й недержавні суб'єкти використовують гібридні стратегії, кібератаки, кампанії дезінформації, пряме втручання у вибори та політичні процеси, економічний примус й інструменталізацію потоків нелегальної міграції;

- зростаюче хибне тлумачення законів для досягнення політичних, економічних і військових цілей також викликає дедалі більше занепокоєння;

- конкуренти ЄС не цураються застосовувати нові руйнівні технології, щоб отримати стратегічні переваги та підвищити ефективність своїх гібридних кампаній;

- дехто скористався невизначеністю, створеною пандемією Covid-19, щоб поширити шкідливі й неправдиві наративи; водночас вільний і безпечний доступ до глобальних стратегічних доменів стає все більш суперечливим;

- кіберпростір став полем для стратегічної конкуренції в період зростання залежності від цифрових технологій;

- ЄС усе частіше зазнає більш складних кібератак.

Підризна діяльність Російської Федерації в ЄС

Російські стратегічні комунікації складні як щодо ідей, так і щодо інституцій. Їх здійснюють і безпосередньо, і через довірених осіб; вони формують уявлення людей про ЄС і в Росії, і в країнах Східного партнерства, і в самому ЄС, а також у країнах-кандидатах. Зважаючи на цілі, які РФ має намір досягти, російський обмін повідомленнями виявився досить ефективним, хоча не обов'язково послідовним: часто грубий та оманливий із погляду змісту, але «витончений» щодо доставки, яка є цілеспрямованою й спеціально підбраною для різних аудиторій; повідомлення використовують слабкі сторони ЄС⁴⁶³.

Ось кілька ресурсів РФ, які мають/мали потужну присутність у медіа-просторі ЄС (і світу загалом)⁴⁶⁴:

- RT (Russia Today) складається із семи філій: трьох цілодобових каналів новин, що ведуть мовлення з Москви англійською, арабською й іспанською мовами, RT USA та RT UK транслюють зі своїх власних офісів у Вашингтоні й Лондоні, документальні фільми RT (RTD); RUPTLY продає відеовміст для каналів по всьому світу та розміщується в Берліні.

RT створено у 2005 р. під назвою «Russia Today» як приклад м'якої сили РФ. Його мета – покращити імідж Росії за кордоном, доносячи російські новини іноземній аудиторії своєю мовою. Однак невдовзі зрозуміли, що новини, які вихваляють Росію, на Заході не цікаві. Проте потенційних глядачів було чимало

⁴⁶³ 2021 StratCom activity report - Strategic Communication Task Forces and Information Analysis Division. *European Union External Action*. March 23, 2022. URL: https://www.eeas.europa.eu/eeas/2021-stratcom-activity-report-strategic-communication-task-forces-and-information-analysis_en

⁴⁶⁴ Strategic Communications: East and South, Report # 30. *EU Institute for Security Studies*. July 2016. URL: https://www.iss.europa.eu/sites/default/files/EUISSFiles/Report_30.pdf

й вони готові споживати негативні новини про Захід. Відразу після російсько-грузинської війни 2008 р. телеканал вирішив «дерусифікувати» свій бренд: перейменувався в «RT» і переорієнтувався на розповідання історій, які нібито знехтували «англосаксонські» медіа. Відкидаючи журналістську етику BBC і CNN (об'єктивна інформація без оцінних суджень) та свідомо наслідуючи Fox News і MSNBC (брак об'єктивності, нав'язування оцінок та ставлення), RT надала ефірний час відомим, але суперечливим діячам, наприклад Джуліану Ассанжу, головному редактору платформи WikiLeaks. RT також звернув увагу на YouTube: як державна організація, яка не залежала від доходів від реклами, щоб вижити, RT міг собі дозволити зробити свої продукти вільнодоступними в інтернеті. RT завжди займався теоріями змови, але як тільки на сході України почалася війна, став їх активно пропагувати. Наприклад, запропонував платформу для «науковця», який звинувачував Україну в здійсненні геноциду й міркував про те, чи раптом не США спровокували епідемію лихоманки Ебола. Федеральне фінансування (у рублях) для RT дорівнює фінансуванню річного бюджету обласного центру.

- Sputnic & Co. Окрім RT, Росія підтримує безліч вебсайтів, медіапартнерств та агентств новин по всьому світу. Серед них – мережа сайтів Sputnik news, запущена в листопаді 2014 р. задля створення контенту зі 130 міст у 34 країнах світу. Він має на меті вести мовлення 30 мовами, у тому числі майже всіма мовами колишнього Радянського Союзу. Уряд фінансує Sputnik через агентство новин RT.

Станом на 27 лютого 2022 р. ЄС заборонив RT і Sputnik і їхні дочірні компанії.

- Російські державні медіа також уклали партнерські угоди із західними медіа. Наприклад, 8-сторінковий додаток, присвячений Росії – Russia Beyond the Headlines, – виходить у 22 країнах 16 мовами; охопивши близько 32 млн читачів, регулярно з'являється в таких виданнях, як The New York Times, The Wall Street Journal, The Washington Post, The Daily Telegraph, Le Figaro, Süddeutsche Zeitung, El País і Le Soir.

Специфіка меседжів РФ – їх суперечливість. Наприклад, одне з ключових повідомлень зображує Захід як агресивну та експансіоністську сутність, з одного боку, а з іншого – як слабкий і на межі краху. ЄС подають як близький до розпаду через спільний тиск, спровокований фіскальною й міграційною кризами. Союз також зображений як неповороткий бегемот, котрий не здатний розробляти ефективні рішення через хвилі поспішних розширень на схід. Ці два «образи», своєю чергою, сприяють прогнозам про неминучу загибель ЄС, як і Радянського Союзу.

«І праворуч, і ліворуч» – повідомлення РФ також намагаються задовольнити різні аудиторії в ЄС, а саме: прихильники ультраправих охоче споживають новини про те, що ЄС активно просуває моральний занепад через підтримку прав ЛГБТ і нехтування християнським корінням Європи або що зараз триває «ісламізація Європи»; крайній ліві – повідомлення, які підживлюють антиамериканські настрої й зображують ЄС як покірного

партнера чи маріонетку Вашингтона. Росія також покладається на антиінтервенціоністський наратив і підтримує його, при цьому військові операції Заходу в Косово, Афганістані, Іраку та Лівії, а також конфлікт в Україні зображені як низка нелегітимних, агресивних дій Заходу.

Конспірологічні теорії – це практично «спеціалізація» російської пропаганди. Зокрема, у ЄС Росія просувала такі теорії змови⁴⁶⁵:

- літак MH370 Malaysia Airlines міг бути збитий США (2014 р.);
- літак MH17 Malaysia Airlines могли збити ізраїльська ракета або український винищувач (2014 р.);
- німецька влада намагалася приховати нібито згвалтування російської дівчини, «Лізи» мігрантами в Берліні (2016 р.);
- Захід убиває свідків захисту сербських військових злочинців у Гаазі;
- теракти 11 вересня могли бути сплановані урядом США;
- західні політики, такі як Мадлен Олбрайт, відчують «патологічну ненависть до «слов'ян» і «війна в Косово вважалася лише першим кроком до встановлення контролю над Росією» – заяви, які нібито сформулював колишній офіцер КДБ зі здатністю читати думки.

Навіть таке авторитетне джерела, як Euronews⁴⁶⁶, кілька разів звинувачували в упередженості, зокрема службу російською мовою. Висвітлення війни 2008 р. в Грузії, 20-річчя незалежності України у 2011 р., референдум 2014 р. на Донбасі й конфлікт на сході України, а також висвітлення подій у Придністров'ї зазнали критики як неврівноважені та проросійські. У серпні 2014 р. Національна рада України з питань телебачення і радіомовлення (Держкомтелерадіо) анулювала ліцензію на мовлення російськомовної служби каналу. У березні 2015 р. Держкомтелерадіо також скасував ліцензію Euronews українською. Рішення прийнято після того, як Inter Media Group (компанія українського прокремлівського олігарха Дмитра Фірташа) придбала Права на трансляцію передач українською мовою.

Зусилля російських стратегічних комунікацій також спрямовані на конкретну політику Заходу, особливо щодо Росії. Найбільше це помітно в питанні санкцій. Загалом (і це не дивно), Росія агресивно просуває ідею, що санкції не працюють і не повинні бути продовжені. Москва намагається створити враження, що санкції більше шкодять ЄС, ніж Росії. Крім утрачених доходів, Москва натякає на потенційну втрату її ринку, а Китай часто згадується як заміна західних компаній. РФ також адаптує це повідомлення до національних урядів, підкреслюючи, скільки вони втратили через запровадження санкцій.

⁴⁶⁵ Strategic Communications: East and South, Report # 30. *EU Institute for Security Studies*, July 2016, https://www.iss.europa.eu/sites/default/files/EUISSFiles/Report_30.pdf

⁴⁶⁶ Euronews – багатомовна телекомпанія, запущена 1 січня 1993 р. задля просування Європейської єдності шляхом представлення інформації з чітко європейського погляду. Веде мовлення 13 мовами (уключаючи російську) й охоплює щоденну аудиторію 4,4 млн. Його модус operandi ґрунтується на обов'язковому використанні новин, створених національними громадськими телеканалами з дуже обмеженим простором для власних репортажів.

Кінцева мета Москви – переконати європейську аудиторію в тому, що ЄС орієнтований на уявні загрози з боку Росії та нехтує реальними загрозами з півдня. Росія теж регулярно втягується в інші суперечливі питання в Європі: шотландський референдум (2014 р.), Brexit (2016 р.), справа Ассанжа (2018 р.), Каталонський референдум (2017 р.), протести «жовтих жилетів» (2020 р.) тощо. Будь-яке потенційне розмежування або фактичний розкол усередині ЄС Росія підхоплює та посилює. Наприклад, криза біженців у 2015 р.: Росія намагалася розпалити проблему, підтримуючи позицію проти біженців на відвертому расизмі, одночасно придушуючи будь-яку інформацію всередині Росії, яка може зашкодити відносинам із власними мусульманськими громадами. Тому, поки російські заголовки «кричали» про надмірну толерантність Європи до терактів у Парижі та Брюсселі, новини про узбецького мігранта-джихадиста, який убив дитину в Москві, навіть не повідомляло Російське державне телебачення. Після 24 лютого 2022 р., коли, тікаючи від бомбардувань й окупації, українці тимчасово виїхали до Європи, російська дезінформація про біженців з України прагне залякати західну аудиторію історіями про некультурних українців, які хочуть украсти чийсь роботу. Водночас дезінформація, спрямована на російську аудиторію, формує образ Росії, яка захищає й дає притулок нещасним втікачам від війни⁴⁶⁷.

Ці самі напрями російських наративів використовуються в країнах Східного партнерства, хоча й із місцевими варіаціями⁴⁶⁸:

1. Атака на політику ЄС є головною темою: Європейський Союз часто прирівнюють до Радянського Союзу і називають ворожим геополітичний проєкт. Основний меседж – країни Східного партнерства уникли СРСР лише для того, щоб знову втратити свою свободу через подібну сутність, яка тепер так само на порозі економічного колапсу. У культурному плані Європа представлена як морально декадентська цивілізація, що відвертається від християнських традицій. Прокремлівські медіа також попереджають про неминуче переміщення біженців із ЄС до країн Східного партнерства або про те, що громадян держав Східного партнерства змусять прийняти одностатеві шлюби.

2. Друга лінія атаки спрямована проти лідерів держав-членів та інституцій ЄС. Логіка така: чим гіршими видаються європейські лідери, тим слабшим є ЄС, а отже, у такому порівнянні більш вражаючим буде російське керівництво. Відповідно, повідомлення часто передають спотворене тлумачення декларацій, щоб зобразити ЄС як корисливу структуру, що зневажає й не зацікавлена в державах Східного партнерства. Членство в ЄС

⁴⁶⁷ Півторак Олексій. Бійся українців, що притулку просять. Які наративи й меседжі про українських біженців поширює Росія. *Detector Media*. 25 груд. 2022. URL: <https://ms.detector.media/propaganda-ta-vplivi/post/30893/2022-12-25-biysya-ukraintsiv-shcho-prytulku-prosyat-yaki-naratyvy-y-mesedzhi-pro-ukrainskykh-bizhentsiv-poshyryuie-rosiya/>

⁴⁶⁸ 2021 StratCom activity report - Strategic Communication Task Forces and Information Analysis Division. *European Union External Action*. March 23. 2022. URL: https://www.eeas.europa.eu/eeas/2021-stratcom-activity-report-strategic-communication-task-forces-and-information-analysis_en

описують як недосяжну ціль, а лідерство ЄС зображене як контрольоване США. ЄС також часто звинувачують у приховуванні корупції в урядах або у відкритому втручанні у внутрішні справи інших держав.

3. Російські кампанії з дезінформації також намагаються вбити клин між країнами Східного партнерства й сусідніми державами-членами ЄС. Москва часто підкидає в місцеві медіа історії про територіальні претензії (наприклад Румунії, Польщі чи Угорщини проти України) або іншої нової «загрози безпеці» (наприклад «ромські банди» з Румунії). Росія також представляє країни Балтії, Румунію й Болгарію як держави, що перебувають у невдалому економічному стані, зі спадом приросту населення, як другосортні країни-члени ЄС, і пророкує таку саму долю державам Східного партнерства, коли вони приєднаються до ЄС.

4. У Вірменії, Азербайджані та Білорусі Росія плекає хронічний страх місцевих еліт перед зміною режиму, яку можуть організувати із закордону. Наративи зображують, що ЄС прагне послабити уряди, отримати доступ до природних ресурсів або промислових активів на пільгових умовах. Його фінансова допомога та відповідні умови описуються як навмисні зусилля збільшити заборгованість і, отже, залежність цих держав від ЄС. У Грузії, Молдові й Україні дезінформація акцентує увагу на руйнівних наслідках глибоких і всеосяжних угод про вільну торгівлю та безвізовий режим. Хоча перші нібито призводять до деіндустріалізації, безробіття та втрати доступу до російського ринку, безвізовий режим є головним до ризику переміщення біженців, терористичних атак, нав'язаного законодавства про права ЛГБТ та обмеження мобільності на схід.

Іншим потужним інструментом просування інтересів РФ у Європі (й у світі) є Російський енергетичний гігант «Газпром», який не лише є важелем тиску на сусідів відповідно до їх енергетичної залежності, а й допомагає Росії підтримувати міжнародний спорт і її міжнародний імідж. Газпром інвестує у відомі спортивні клуби (німецький ФК «Шальке», сербський «Црвена звезда») та фінансує великі міжнародні події й турніри (Лігу чемпіонів УЄФА, Світовий кубок ФІФА)⁴⁶⁹.

Стратегічні комунікації Росії також підтримуються зростаючою мережею організацій – від урядових установ до фінансованих державою НУО, громадянських асоціацій, студентських груп і політичних рухів чи партій. Наприклад, у Сербії є «Рускій дом», який створили ще російські білоемігранти, котрі залишили Росію в міжвоєнний період. Дім розміщує місцеве відділення Російського інституту стратегічних досліджень (організація при президентові Російської Федерації); Фонд громадської дипломатії Олександра Горчакова, до правління якого входить Міністр закордонних справ Росії Сергій Лавров; російський аналітичний центр «Фонд стратегічної культури».

⁴⁶⁹ Strategic Communications: East and South, Report # 30. *EU Institute for Security Studies*. July 2016. URL: https://www.iss.europa.eu/sites/default/files/EUISSFiles/Report_30.pdf

Проте аналітики ЄС⁴⁷⁰ вважають, що заяви про дуже успішну російську «м'яку силу» по всьому ЄС, імовірно, перебільшені (картина в країнах Східного партнерства й Західних Балканах більш строката). Опитування громадської думки показують погіршення іміджу Росії в ЄС за останні кілька років, особливо після початку конфлікту в Україні (рис. 2.1).

Більшість громадян ключових держав-членів ЄС звинуватили Росію чи проросійських сепаратистів у початку війни в Україні 2014 р., тоді як офіційна лінія Росії – конфлікт спричинений Україною й Заходом. Аргументам Москви повірили 15–20 % людей. Росія також не домінує в європейських публічних обговореннях. Проте російські наративи «просочилися» до значної частини європейської еліти й вплинули на підходи ЄС до Росії та України, одночасно граючи на зростаючому внутрішньому невдоволенні всередині Союзу.

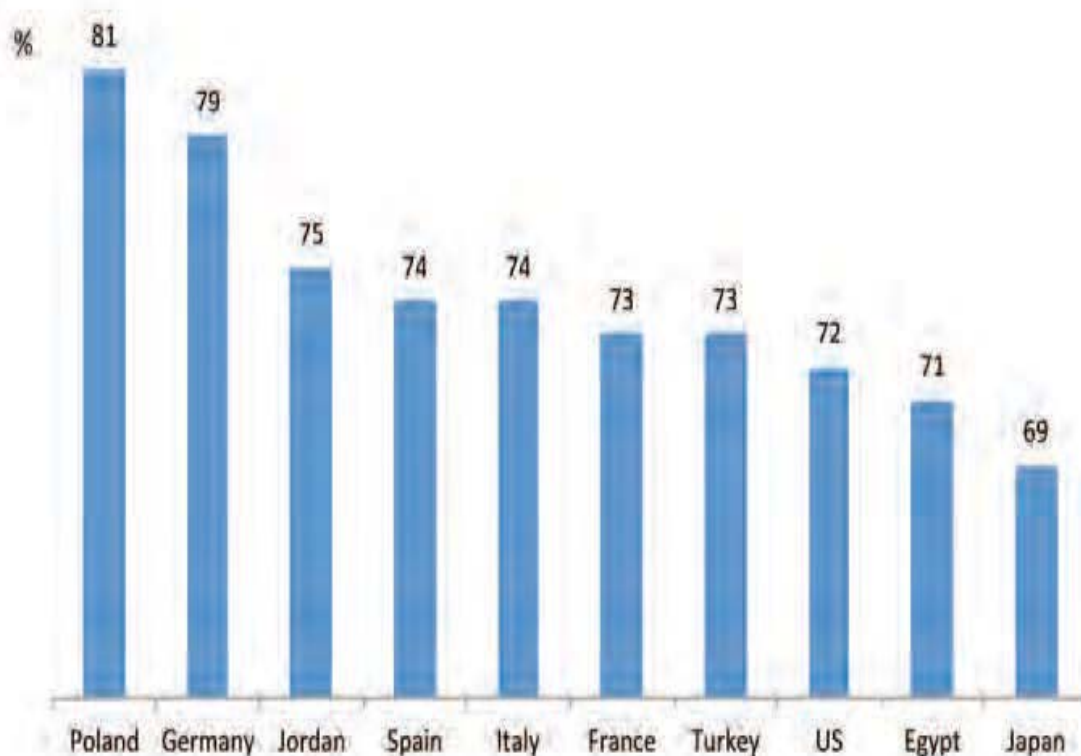


Рис. 2.1. Країни з найгіршим ставленням до РФ (станом на 2014 р.)⁴⁷¹

У країнах Східного Партнерства Росія має певний успіх: додатковими чинниками є антиєвропейська риторика місцевих еліт й очевидні невдачі нібито проєвропейських правлячих коаліцій. За даними Барометру Європейського сусідства, кількість респондентів на Сході, які ставляться до ЄС негативно, зростає з 13 % у 2012 р. до 21 % у 2014 р. Опитування також показали зростання

⁴⁷⁰ Strategic Communications: East and South, Report # 30. *EU Institute for Security Studies*. July 2016. URL: https://www.iss.europa.eu/sites/default/files/EUISSFiles/Report_30.pdf

⁴⁷¹ Ibidem

(із 26 % до 34 %) тих, хто не вірить, що ЄС приносить стабільність і мир у регіон⁴⁷².

1–2 жовтня 2022 р. соціологічна група «Рейтинг» провела загальнонаціональне опитування, дані якого засвідчили, що вступ України до Європейського Союзу підтримують 86 % респондентів. Підтримка вступу до ЄС одностайна серед представників усіх макрорегіонів та вікових груп⁴⁷³. Переважно зростання відбулося внаслідок зміни думки частини населення, яка раніше виступала за відмову від вступу до будь-яких політико-економічних союзів. Динаміка представлена з 2013 р.

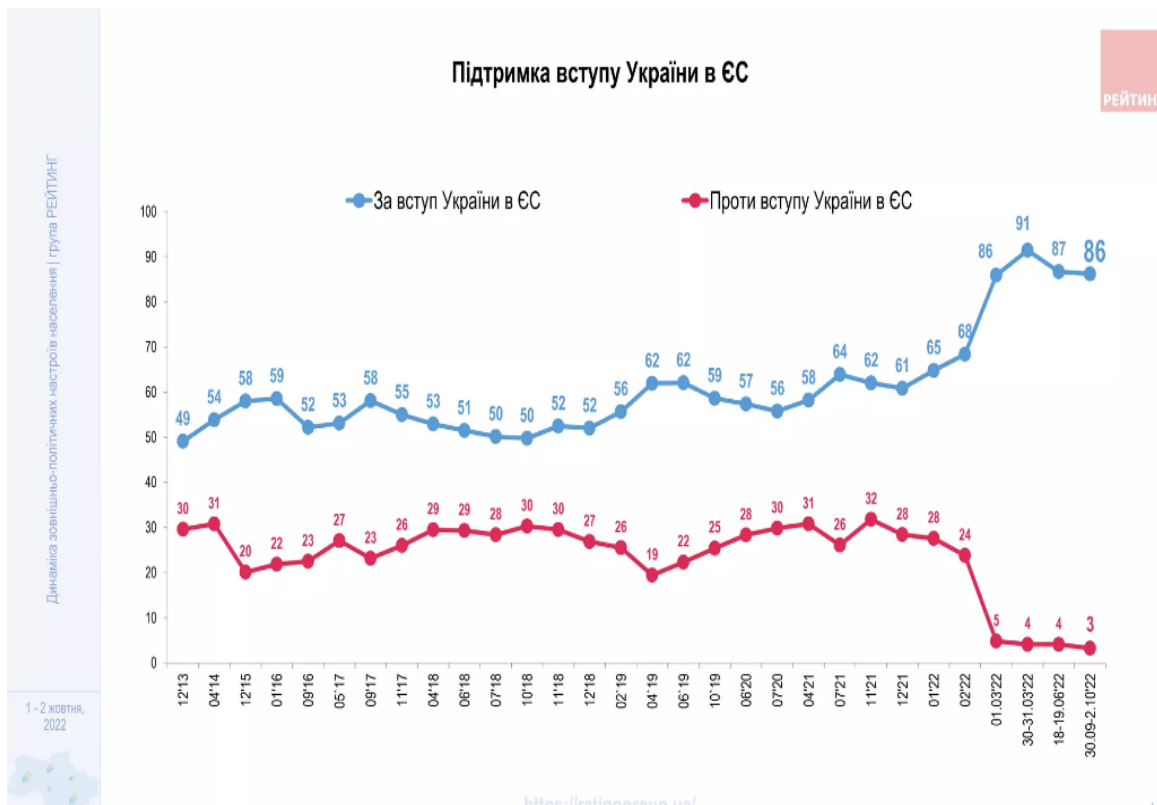


Рис. 2.2. Динаміка підтримки вступу України до ЄС⁴⁷⁴

Опитування Європейської ради зовнішніх справ у Фінляндії, Франції, ФРН, Італії, Польщі, Румунії, Швеції, проведене в лютому 2022 р. напередодні війни, показало готовність європейців пожертвувати певними благами, щоб надати підтримку Україні⁴⁷⁵.

⁴⁷² EU Neighbourhood Barometer Wave 5. Spring 2014. URL: https://search.gesis.org/research_data/ZA6292?doi=10.4232/1.12524

⁴⁷³ Динаміка зовнішньо-політичних настроїв населення (1–2 жовт. 2022). Соціологічна група «Рейтинг». 3 жовт. 2022. URL: https://ratinggroup.ua/research/ukraine/dinamika_zovnishnopolitichnih_nastrov_naseleण्या_1-2_zhovtnya_2022.html?fbclid=IwAR2wRXYBdCHtV4JPKk-T6quBAJnMoTnpU4UkWG3Kvutt1fIPR3HCpRbng

⁴⁷⁴ Ibidem

⁴⁷⁵ Krastev Ivan, Mark Leonard. The crisis of European security: What Europeans think about the war in Ukraine. *European Council of Foreign Relations*. 9 February. 2022. URL: <https://ecfr.eu/publication/the-crisis-of-european-security-what-europeans-think-about-the-war-in-ukraine/>

What Europe is ready to risk in supporting Ukraine



Із початком війни експерти стверджують, що підтримка України зросла, а ставлення до Путінської Росії змінилося на гірше.

Зокрема, у квітні 2022 р. Євробарометр провів опитування громадян держав-членів ЄС стосовно їхнього ставлення до України й оцінки реакції ЄС на війну⁴⁷⁶, що засвідчило великий консенсус серед громадян ЄС на користь відповіді ЄС на вторгнення Росії в Україну. Більшість європейців вважають, що з початку війни ЄС продемонстрував солідарність (79 %) і був єдиним (63 %) та швидким (58 %) у своїй реакції.

Респонденти переважно виступають за непохитну підтримку України та її народу. Зокрема, дев'ять з десяти респондентів (93 %) схвалюють надання гуманітарної допомоги людям, котрі постраждали від війни. 88 % європейців підтримують рішення приймати в ЄС людей, які втікають від війни. 80 % схвалюють фінансову підтримку, яку надають Україні. 66 % погоджуються, що «Україна має приєднатися до ЄС, коли буде готова», 71 % вважають, що Україна є частиною європейської сім'ї, а 89 % відчують симпатію до українців.

Підтримка санкцій, запроваджених проти Росії після її військового нападу на Україну, також є дуже високою. Більшість європейців (80 %) схвалюють економічні санкції проти Росії. 79 % європейців підтримують санкції проти російських олігархів, щоб накласти чіткі економічні й політичні витрати на політичну еліту Росії, відповідальну за вторгнення.

⁴⁷⁶ Flash Eurobarometer 506. Europeans approve EU's response to the war in Ukraine. Eurobarometer. May 5, 2022. URL: <https://europa.eu/eurobarometer/surveys/detail/2772>

Дві третини європейців (67 %) схвалюють те, що ЄС фінансує закупівлю та постачання військової техніки в Україну. Крім того, 75 % вважають, що війна в Україні показує, що «нам потрібна більша військова співпраця в рамках ЄС»⁴⁷⁷.

Стратегічні комунікації ІДІЛ/ДАІШ в ЄС

Так звана Ісламська держава Іраку та Леванту (ІДІЛ) (ДАІШ – те саме, але походить від аббревіатури арабською; її використовують на Заході; терористи не люблять це скорочення й надають перевагу ІД) швидко отримала сильну репутацію не лише завдяки формі подачі інформації, тобто стильним журналам і відео, ефективному використанню соціальних мереж. Сила впливу стратегічних комунікацій ІДІЛ – також у пристосуванні до кількох аудиторій, починаючи від міжнародної опонентів, сприйнятливих до ідеї «зіткнення цивілізацій», до активних членів ІДІЛ та потенційних новобранців. І форма, і адресатоцентричність повідомлень зорієнтовані на забезпечення ІДІЛ виживання, в ідеалі з найбільшою територією під її контролем.

Зважаючи на це, мета стратегічних комунікацій ІДІЛ полягає в чотирьох аспектах:

- подавати себе як ефективну організацію (як у військовому плані, так і з погляду управління);
- залучати та утримувати новобранців;
- пояснити свою ідеологію;
- вселити страх у суспільства й поляризувати їх.

Наратив ІДІЛ спирається на кілька джерел, творчо поєднуючи ісламські релігійні тексти, теорії змови, у яких мусульмани піддаються гнобленню Заходу, а також наративи про «недосвідчених» і молодіжну культуру. Як наслідок, серед молоді в джихадистів склався імідж «крутих – як ніндзя чи воїни у відеоіграх», коли навіть гангстери чи бандити такими не видаються⁴⁷⁸.

Наратив ІДІЛ ґрунтується переважно на шести елементах, які використовуються приблизно однаково. Хоча елемент жорстокості є тим, що найчастіше згадується в міжнародних медіа, інші теми – це милосердя, жертва, війна, приналежність та утопія⁴⁷⁹:

• Використання жорстокості символізує тріумф і діє як демонстрація влади. Це розроблено здебільшого з огляду на арабську та «місцеву» аудиторію, бо зображення жорстоких покарань для ймовірних шпигунів і зрадників має на меті перешкодити будь-яким формам співпраці з ворогом. (Наприклад обезголовлення й розп'яття солдатів у Мосулі сприяло дезертирству частин іракської армії). Як побічний ефект також прищеплює страх перед потенційними противниками за межами своєї території.

⁴⁷⁷ Ibidem

⁴⁷⁸ Strategic Communications: East and South, Report # 30. *EU Institute for Security Studies*. July 2016. URL: https://www.iss.europa.eu/sites/default/files/EUISSFiles/Report_30.pdf

⁴⁷⁹ Charlie Winter. *The Virtual Caliphate: Understanding Islamic State's Propaganda Strategy*. Quilliam Foundation, 2015.

•«Милосердя» ІДІЛ демонструє в інших відео, де каяття винагороджується. Разом ці дві теми («жорстокість» + «милосердя») передають повідомлення про те, що ІДІЛ є жорстоким, але справедливим і те, чи людина піддається жорстокості чи милосердю, є наслідком її дії.

•Водночас ІДІЛ застосовує наратив жертви, щоб виправдати свій «опір» і «відплату» проти «сіоністсько-хрестоносного» комплексу, який, як вона стверджує, веде глобальну війну проти ісламу. Для ілюстрації й міфотворення наводять приклади, починаючи від створення близькосхідних держав колоніальними державами до окупації Палестини чи Іраку.

•Тема війни слугує для демонстрації військового потенціалу ІДІЛ. З одного боку, ІДІЛ стверджує, що стикається з глобальною антимусульманською змовою («жертва»), з іншого – просуває повідомлення про те, що ІДІЛ – це агресивна держава, якої треба побоюватися. Часто згадують типи зброї або показують військову техніку для демонстрації досвіду, престижу й технічних навичок. Додатковим елементом є те, що йдеться про війну на користь ІДІЛ. Група контролює велику частину інформації про кампанії, оскільки на місцях є небагато незалежних журналістів, спроможних перевірити, чи справді повідомлення ІДІЛ є правильними. Французькі медіа нещодавно стали називати цей матеріал «пропагандою», але більшість із них проходить без указівки ІДІЛ як джерела.

•Ця (дез)інформація дарує негайне відчуття приналежності до групи, що має певний релігійний образ. Відео, котрі демонструють товариську під час і після бою, формують відчуття єдності. Проте експерти стверджують, що цей елемент залучення є більш важливим для привабливості ІДІЛ для західних новобранців, ніж для «місцевої» аудиторії.

•Урешті, усі ці наративи сплітаються, утворюючи, мабуть, найважливішу тему: ІДІЛ як утопічна альтернатива. Цей прогнозований утопізм є ключем до розуміння привабливості ІДІЛ, оскільки показує, що група не просто прагне підірвати наявний світовий порядок, але й пропонує конструктивну революційну альтернативу. Ця альтернатива лише теоретично не оформлена, але вона нібито вже існує в проголошеному нею халіфаті, який, за ІДІЛ, перебуває на шляху до відновлення ісламського золотого віку восьмого-тринадцятого століть⁴⁸⁰.

Кожен із наративів ІДІЛ, описаних вище, слугує певній меті та пристосований до конкретної аудиторії. Цілі варіюють від підтримки протестів до мобілізації бойовиків, застереження місцевих жителів від співпраці з ворогами й провокування реакції від місцевих чи міжнародних ворогів. Потрібно зазначити, що ІДІЛ не робить ставку на стратегічні комунікації для збору коштів – більшість його фінансових ресурсів надходить від діяльності всередині її територій.

⁴⁸⁰ Charlie Winter. The Virtual Caliphate: Understanding Islamic State's Propaganda Strategy. Quilliam Foundation, 2015.

Наративи адресовані чотирьом типам аудиторії⁴⁸¹:

1) особи, які живуть під прямим контролем ІДІЛ; вони отримують менше електронних і більше живих повідомлень у формі публічних переглядів фільмів, плакатів, оголошення та листівок. Основна мета цих комунікацій – заохочувати співпрацю й запобігати виникненню опозиції. Для цього типу аудиторії загалом використовують наративи жорстокості, а також милосердя чи справедливості. Аудиторію за межами території ІДІЛ охоплюють переважно електронними засобами;

2) мусульмани Близького Сходу та Північної Африки (MENA). Повідомлення часто написані арабською мовою й слугують для вербування бійців, а також залучення місцевої підтримки для поширення діяльності ІДІЛ на треті країни. Однак рекрутинг – не головна мета ІДІЛ в арабському середовищі; стратегічна комунікація зорієнтована на створення підтримки населення, а не на заклик приїхати на територію ІДІЛ;

3) неарабські мусульмани, передусім, хто проживає в Європі, а також в колишніх радянських республіках. Разом ці два регіони становлять другий за величиною регіон іноземних бойовиків (після арабів). На сьогодні ці групи є цільовими загалом із метою вербування. Основні повідомлення для них ґрунтуються на поняттях утопії та приналежності, хоча милосердя, війна й справедливість також можуть застосовуватися (особливо в індивідуальних спробах вербування). Основна особливість європейських меседжів – створення альтернативного, утопічного стилю життя, у якому індивід знайде сенс, приналежність і пригоди. Більшість повідомлень для цієї аудиторії подають у позитивному, а не в негативному контексті, хоча життя в Європі часто зображують як неможливе для благочестивих мусульман;

4) формальні вороги ІДІЛ – «сіоністи-хрестоносці», яких вона потребує, щоб виправдати своє існування. Отже, ІДІЛ націлена не лише на групу потенційних новобранців, і функція її повідомлень полягає не лише в радикалізації. Наратив також залежить від реакції ворогів та пропагує апокаліптичний погляд на неминуче зіткнення між мусульманською й немусульманською цивілізаціями, щоб мати підстави для існування. В ідеалі всі західні журналісти мали б зображати ІДІЛ як противника Заходу не лише в очах власних ворогів, а й в очах своїх прихильників. Без ворога ІДІЛ не має причин воювати, а отже, і важелів впливу залучати новобранців та осіб, які бажають бути частиною його політичного проекту.

Комунікаційна тактика ІДІЛ є креативною й використовує, зокрема, сучасні технології, коли йдеться про аудиторію за межами її території. Важливо відзначити, що не вся пропаганда ІДІЛ створюється самою організацією. Натомість його стратегічні комунікації перейшли від вертикального до горизонтального підходу обміну повідомленнями. Такі організації, як медіа-центр Al-Nayat, залишаються основою його комунікаційної діяльності, але бійці та симпатички також створюють контент, який навряд чи буде повністю під

⁴⁸¹ Strategic Communications: East and South, Report # 30. *EU Institute for Security Studies*. July 2016. URL: https://www.iss.europa.eu/sites/default/files/EUISSFiles/Report_30.pdf

контролем центрального командування ІДІЛ. Утім, цей стиль спілкування є на користь ІДІЛ, оскільки він швидший і гнучкіший. Таким чином особисті та офіційні повідомлення стають розмитими: відео, створене європейцем-симпатиком буде, наприклад, поширюватися серед інших симпатиків без жодних зусиль від організації. Це особливо добре резонує з європейськими джихадистами, котрі діють у менш ієрархічному середовищі, ніж їхні арабські колеги.

У сучасний науковий обіг навіть уведено поняття «е-джихаду / кіберджихаду» як ведення джихаду з використанням інформаційних засобів. У квітні 2016 р. офіційний пропагандистський канал ІДІЛ у соціальних мережах поширив документ під назвою «Media Operative, You Are Mujahid, – Too», який фахівці визначили як стратегію джихадистських дій. Основна мета «Media Operative» – створення «бренду» Ісламської держави, пропагандистської стратегії як еволюційного прогресу в глобальному масштабі й залучення потенційних прихильників ІДІЛ. Кіберджихадисти також створюють бойове програмне забезпечення. Наприклад, «Електронний Джихад – версія 2.0» використовували для проведення «DoS» атак. Ісламський глобальний медіафронт підготував програму шифрування кореспонденції під назвою «Секрети моджахедів». Видають також підручники й навчальні матеріали, наприклад журнал «Технічний Моджахед» публікують кожні два місяці⁴⁸².

Ісламський глобальний медіафронт (GIMF) – пропагандистська організація ісламістського руху, пов'язана переважно з «Аль-Каїдою», – створена у 2004 р. Її специфіка – зосередження на мусульманській діаспорі. Спочатку публікації здійснювалися лише арабською мовою, проте незабаром з'явилися й англomовні. Новий «фронт» заснував свій власний вебсайт, у 2007 р. створено своєрідний телевізійний канал під назвою «Voice of the Caliphate». Формат був ідентичний із західними інформаційними програмами, але із замаскованим доповідачем, який вихваляв тероризм. Члени GIMF також запустили «Al Qaeda University of Jihad Studies», де їх навчали, як «підбурювати, вести й зміцнювати свідомість моджахедів». GIMF став важливим джерелом ісламістської пропаганди, давав можливість ототожнювати себе з цим рухом та особливої «активності наступництва» для численних волонтерів; проводив доставку засобів й інструментів, починаючи від інструкції зі створення бомб до програмного забезпечення, що полегшує терористичну діяльність⁴⁸³.

За межами підконтрольної території ІДІЛ використовувала різні способи охоплення своєї аудиторії. Соціальні мережі, зокрема, стали полем битви для ІДІЛ – частково тому, що урядам важко їх контролювати. Платформам

⁴⁸² Мазур Пшемислав. Е-джихад. *Глосарій. Навчальний енциклопедичний словник-довідник із питань інформаційної безпеки* / за заг. ред. д-ра. політ. наук, проф. Шуляк А. М. Київ: МПБП «Гордон», 2019. С. 78 – 83.

⁴⁸³ Мазур Пшемислав. Ісламський глобальний медіафронт. *Глосарій. Навчальний енциклопедичний словник-довідник із питань інформаційної безпеки* / за заг. ред. д-ра. політ. наук, проф. Шуляк А. М. Київ: МПБП «Гордон», 2019. С. 190 – 192.

соціальних медіа важко моніторити своїх користувачів, і заборона не заважає їм повернутися під новим ім'ям.

ІДІЛ використовує ці онлайн-форуми переважно для вербування й отримання підтримки, але це дуже індивідуалізований підхід до відправників та одержувачів. Кількість облікових записів ІДІЛ у Twitter є спірною: хоча деякі дослідження вказують на 50 тис., не всі мають однакові функції. Деякі створюють контент (близько 1000), а інші призначені для ревітів або для просування нових облікових записів користувачів, що раніше були призупинені. Але ІДІЛ знайшов інші способи максимізації впливу Twitter. Спеціально розроблений додаток під назвою The Dawn of Glad Tidings пов'язав комунікаційний відділ ІДІЛ із прихильниками, який автоматично ретвітить свої повідомлення (додаток), але таким чином, що суперечить Twitter алгоритм виявлення спаму. ІДІЛ удавалося надсилати 40 тис. повідомлень щодня, доки Google Play не вдалося видалити програму зі свого магазину.

Натомість Facebook (або подібні вебсайти) переважно використовують для рекрутингу, бо функція «подобається» дає змогу ідентифікувати навіть пасивних користувачів як симпатиків. ІДІЛ застосовує сайти в «dark Net», щоб зв'язуватися з прихильниками та поширювати свою пропаганду. Ці приховані вебсайти й форуми важкодоступні, і їх важче відстежити, ніж облікові записи Facebook або Twitter, що створює проблему для служб безпеки⁴⁸⁴.

ІДІЛ також використовує ширші, менш персоналізовані сучасні методи, такі як відео: не лише фільми із жорстоким обезголовленням, створені для демонстрації влади та вселяння страху, але і якісне відео, тобто фільми-прославляння, у яких молоді люди стріляють зі зброї, спільно сміються чи моляться (зображення згаданого утопічного світу). Відео часто пояснює носій англійської чи французької мови та супроводжується піснями із Корану. Відео також використовуються для коментування таких подій, як терористичні атаки в Брюсселі або погроза певній аудиторії.

Природно, що ці багатоаспектні виклики потребують згуртованої відповіді і на локальному, регіональному, національному, європейському, і на міжнародному рівнях, тобто політик, які б дали змогу запобігати й протидіяти радикалізації, зменшити вплив деструктивного контенту, посилити обізнаність громадян та можливості відрізнити об'єктивну інформацію від фейків і дезінформації, розробити альтернативні наративи в рамках стратегічних комунікацій.

Протидія наративам ІДІЛ:

Створення контрнарративів було одним з елементів міжнародної політики щодо ІДІЛ. Вони слугують подвійній меті: з одного боку, дискредитації великого наративу ІДІЛ; з іншого – протидії потенційній радикалізації внаслідок впливу медіапродукції ІДІЛ⁴⁸⁵.

⁴⁸⁴ Strategic Communications: East and South, Report # 30. *EU Institute for Security Studies*, July 2016. URL: https://www.iss.europa.eu/sites/default/files/EUISSFiles/Report_30.pdf

⁴⁸⁵ Strategic Communications: East and South, Report # 30. *EU Institute for Security Studies*, July 2016, https://www.iss.europa.eu/sites/default/files/EUISSFiles/Report_30.pdf

Інші приклади контрнарративів. Місцеві активісти в Сирії створили серію потужних анімаційних фільмів: 1) «Немає різниці» показує, як ІДІЛ і режим Асада застосовують однакові насильницькі методи, а отже, обидва такі ж погані; 2) «ІДІЛ 2080»: бійці ІДІЛ з ностальгією розповідають про те, яким було життя до ІДІЛ: електрика, водопровід, автомобілі, літаки, свобода й навіть іслам називають пережитками далекого минулого. Меседж полягає в тому, що змінювати сучасність небажано та що альтернатива, запропонована ІДІЛ, насправді є антиутопією.

Богословські дискусії також становлять важливий контрнарратив, оскільки внутрішньосалафітські дебати щодо легітимності ІДІЛ призвели до того, що такі високопоставлені релігійні діячі, як Abu Basir al-Tartusi, Adnan al-Aroor, Safar al-Hawali, Muhammad al-Arefe та багато інших, публікують заяви й відео, які критикують ІДІЛ на теологічних підставах. Muhammad al-Arefe, наприклад, є відомим релігієзнавцем із Саудівської Аравії, який має величезну кількість прихильників, у тому числі понад 690 000 підписників на YouTube. Він часто присвячує свою п'ятничну проповідь конфлікту в Сирії та критикує використання ІДІЛ «такфіру» (звинувачення іншого мусульманина у віровідступництві й використанні цього для виправдання насильства проти нього).

Ісламські вчені та лідери з усього світу також випустили відкритий лист із засудженням ІДІЛ, адресований лідеру угруповання Abu Bakr al-Baghdadi. Цей лист теж розглядають як потужний контрнарратив. Його опублікували арабською мовою у 2014 р., і досі він залишається відкритим для підпису будь-яким релігійним лідером або вченим. Деякі з найбільш важливих критичних зауважень щодо ІДІЛ, подані в листі:

- вибір віршів Корану як основи для правових аргументів і фетв без знання арабської мови, із надмірним спрощенням законів шаріату та незнанням сучасних законів і реальності;
- убивство невинних людей, емісарів, послів, дипломатів, гуманітарних працівників та журналістів, що заборонено ісламом;
- зловживання джихадом без належної причини, мети й правил поведінки;
- примусове навернення, тортури та спотворення мертвих в ім'я Бога;
- порушення прав жінок і дітей;
- здійснення правових заходів без відповідних процедур для забезпечення справедливості та милосердя;
- проголошення халіфату без консенсусу всіх мусульман⁴⁸⁶.

Хоча цей лист є потужним і важливим, однак він також є частиною потенційно нескінченної суперечки, коли обидві сторони відкидають претензії одна одній на тій підставі, що їхній опонент не представляє «справжній іслам». Зважаючи на це, створюючи свої контрнарративи, ЄС повинен діяти дуже обережно в цьому надзвичайно політизованому ландшафті.

⁴⁸⁶ Ibidem

Перший проєкт, започаткований на зустрічі міністрів внутрішніх справ ЄС у січні 2015 р., відразу після атак на Charlie Hebdo⁴⁸⁷, – створення бельгійсько-британської Консультативної групи стратегічних комунікацій по Сирії (SSCAT), яку фінансує ЄК. Мета – консультативні послуги європейським громадянам, які виїжджають до Сирії, також питання ісламофобії й відродження ультраправих і лівих ідей, особливо через міграційну кризу. Група досліджує комунікаційну діяльність ІДІЛ і те, як медіаактивність ІДІЛ може радикалізувати й рекрутувати європейців, а також поширює позитивні про-європейські наративи.

Консультативна група стратегічних комунікацій по Сирії довела свою успішність у створенні мережі держав-членів, завдяки національним і місцевим комунікаціям, перешкоджають своїм громадянам відвідувати Сирію або інші конфліктні зони, де вони потенційно мають можливість приєднатися до терористичних груп і брати участь у терористичній діяльності. Проведено шість мережових нарад стратегічних комунікацій Консультативної групи по Сирії, які об'єднали 25 держав-членів ЄС для обміну передовим досвідом у цій сфері. Обміни відбувалися за такими темами: наукові дослідження, соціальні медіа та підготовка комунікаційних стратегій для протидії насильницьким екстремістським кампаніям⁴⁸⁸.

Arab StratCom Task Force

На засіданні Ради закордонних справ у лютому 2015 р. ЄС висловив свою відданість «поліпшенню стратегічної комунікації, розробці стратегії охоплення арабів світу, уключаючи розробку контрнарративів терористичній пропаганді, просування фундаментальних прав та, ураховуючи все частіше використання інтернету в радикалізації, залучення через соціальні мережі й покращення спілкування арабською мовою»⁴⁸⁹. У відповідь на це створено міжвідомчу цільову групу Arab StratCom, щоб подолати явище радикалізації в арабському світі через публічну дипломатію та комунікаційну роботу. Оперативна група прагнула сприяти діалогу й розвивати взаєморозуміння, повагу між арабомовними та європейськими спільнотами, особливо серед молоді. Його очолював відділ стратегічних комунікацій ЄСЗС. До складу Arab StratCom входили представники географічних департаментів ЄСЗС, координатор відділу боротьби з тероризмом, відповідні Генеральні директорати Комісії, уключаючи

⁴⁸⁷ Французький журнал, який прославився у 2012 р. карикатурами на пророка Мухаммеда. За декілька хвилин до стрілянини у твіттері газети була опублікована карикатура із зображенням лідера ІДІЛ Аль-Багдаді та підписом «Найкращих побажань. Від Аль-Багдаді також. І особливо здоров'я». Це спровокувало збройний напад на редакцію. Щонайменше 12 загиблих. Напад пов'язують із помстою радикальних ісламістів.

⁴⁸⁸ Answer given by Mr Avramopoulos on behalf of the Commission. 2015. URL: https://www.europarl.europa.eu/meetdocs/2014_2019/documents/libe/dv/10_e_008507_2014_answer/10_e_008507_2014_answer_en.pdf

⁴⁸⁹ Outcome of the Council Meeting. 3367th Council meeting. Foreign Affairs. *Council of the European Union*. 9 February. 2015. URL: https://www.consilium.europa.eu/media/23365/outcome-of-the-council-meeting_fac_150209.pdf

Службу пресекретаря. Arab StratCom просував політику й проєкти ЄС у регіоні та тісно співпрацював із делегаціями ЄС, щоб зміцнити наявні зв'язки та висвітлити спільні цінності.

На відміну від East StratCom Task Force, арабомовна Task Force не має спеціально призначеного персоналу та виконує свою роботу, використовуючи наявні ресурси. Вирішено працювати на місцях у самих країнах через делегації ЄС. Його функції, у т.ч. й у галузі комунікації, представлені на сайті Європейської ради, а саме:

- координація роботи Європейської ради з боротьби з тероризмом;
- надання рекомендацій із питань політики й пріоритетних напрямів діяльності в Раді на основі аналізу загроз і доповідей, підготовлених Центром аналізу розвідки ЄС та Європол;
- стеження за реалізацією стратегії ЄС у боротьбі з тероризмом;
- моніторинг усіх інструментів, що є в розпорядженні Європейського Союзу, для регулярного інформування Європейської ради про ефективність реалізації його рішень; координація дій із відповідними підготовчими органами Європейської ради, Європейської комісії та Європейської служби зовнішньополітичних справ та інформування їх про свою діяльність;
- забезпечення активної ролі ЄС у боротьбі з тероризмом;
- поліпшення комунікації між ЄС і третіми країнами в цій галузі⁴⁹⁰.

Крім того, арабський СтратКом бере участь в інформаційно-просвітницьких заходах і програмах, у тому числі надає підтримку арабським журналістам і блогерам; забезпечує діалог із молодими арабськими лідерами й майбутніми лідерами думок (створення клубів «Друзі Європи» і «Юні послы»); реалізовує культурну дипломатію (підтримка кінофестивалів, онлайн студентські обміни, використання програми відвідувачів ЄС)⁴⁹¹.

Протидія поширенню ідей екстремізму й радикалізму в ЄС

ЄС гарантує своїм громадянам, що вони живуть у просторі свободи, безпеки й правосуддя без будь-яких внутрішніх кордонів; права та свободи громадян гарантовані й захищені; спільні цінності дотримані. Тероризм загрожує повній реалізації цих цілей. Зважаючи на це, у 2005 р. прийняли «Стратегію ЄС із боротьби з тероризмом»⁴⁹², пріоритетами якої визначено: 1) запобігати приєднанню до терористичних організацій і появі нових поколінь терористів; 2) захищати громадян та критичну інфраструктуру від терактів; 3) переслідувати терористів і перешкоджати їм у плануванні, подорожах, комунікаціях, доступі до фінансів та ресурсів; 4) надавати скоординовану відповідь для мінімізації наслідків терактів.

⁴⁹⁰ Counter-Terrorism Coordinator. *European Council*. 2020. URL: <http://www.consilium.europa.eu/en/policies/fight-against-terrorism/counter-terrorism-coordinator/>

⁴⁹¹ EU strategic communication with the Arab world. *Think Tank European Parliament*. March 2. 2016. URL: [https://www.europarl.europa.eu/thinktank/en/document/EPRS_BRI\(2016\)581997](https://www.europarl.europa.eu/thinktank/en/document/EPRS_BRI(2016)581997)

⁴⁹² EU Counter-Terrorism Strategy, 2005. *Council of the European Union*. 2005. URL: <http://register.consilium.europa.eu/doc/srv?l=EN&f=ST%2014469%202005%20REV%204>

Проте особливо наголошено на боротьбі з пропагандаю тероризму аж у 2015 р. у «Європейському порядку денному з безпеки»⁴⁹³, де зазначено, що треба боротися з «корінням» (тобто пропагандою) екстремізму й радикалізації за допомогою превентивних заходів, як-от: просування спільних європейських цінностей толерантності, розмаїття та взаємоповага, підтримка вільних і плюралістичних спільнот. Ст. 22-23 «Директиви з боротьби з тероризмом»⁴⁹⁴ 2017 р. визначають, що потрібно видаляти чи блокувати онлайн контент, що провокує до виконання терористичного акту. Однак така діяльність держав-членів повинна чітко узгоджуватися із законодавчими процедурами й Хартією основоположних прав ЄС.

У ЄС «радикалізацію» розуміють як фазовий комплексний процес, коли індивід чи група переймає радикальну ідеологію або вірування, які приймають, використовують чи ставляться поблажливо до насилля, включаючи акти тероризму, для досягнення специфічних політичних чи ідеологічних цілей⁴⁹⁵. Інтернет і соціальні медіа надають таким групам та їхнім симпатикам нові можливості мобілізації й комунікації.

Саме для боротьби з радикалізацією Комісія заснувала у 2015 р. інтернет-форум ЄС⁴⁹⁶, де уряди, Європол і найбільші компанії у сфері технологій та соціальних медіа вирішують, як гарантувати, щоб нелегальний контент, зокрема пропаганда тероризму, усувався якомога швидше. Для посилення превентивних заходів і боротьби з радикалізацією, для покращення координації й співпраці у 2017 р. Комісія створила Високу групу експертів із радикалізації, за допомогою яких розроблено різноманітні інструменти допомоги країнам-членам, що стосуються: боротьби з пропагандою та мовою ворожнечі онлайн; протидії радикалізації у в'язницях; сприянню інклюзивному суспільству, освіті й просуванню спільних цінностей; посиленню досліджень і моніторингу, міжнародної співпраці; гарантуванню прав і підтримки жертв тероризму⁴⁹⁷.

Кожна країна-член розробляє свою превентивну політику, але Комісія надає певні регулятивні рамки для обміну досвідом та позитивними практиками, а саме: у 2015 р. Комісія створила Мережу посилення обізнаності з

⁴⁹³ European Agenda on Security, 2015. Communication from the Commission to the European Parliament, the Council, the European Economic and Social Committee and the Committee of the Regions. *Home Affairs*. 2015. URL: https://ec.europa.eu/home-affairs/sites/homeaffairs/files/e-library/documents/basic-documents/docs/eu_agenda_on_security_en.pdf

⁴⁹⁴ Directive (EU) 2017/541 of the European Parliament and of the Council of 15 March 2017 on combating terrorism and replacing Council Framework Decision 2002/475/JHA and amending Council Decision 2005/671/JHA. *EUR-Lex*. 2017. URL: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:32017L0541&from=EN>

⁴⁹⁵ Prevention of radicalisation. *Migration and Home Affairs*. 2020. URL: https://ec.europa.eu/home-affairs/what-we-do/policies/crisis-and-terrorism/radicalisation_en

⁴⁹⁶ EU Internet Forum: Civil Society Empowerment Programme. *Migration and Home Affairs*. 2015. URL: https://home-affairs.ec.europa.eu/networks/radicalisation-awareness-network-ran/civil-society-empowerment-programme_en

⁴⁹⁷ Prevention of radicalisation. *Migration and Home Affairs*, 2020, https://ec.europa.eu/home-affairs/what-we-do/policies/crisis-and-terrorism/radicalisation_en

радикалізації (RAN)⁴⁹⁸. Як «парасолькова» мережа, RAN об'єднує практиків, експертів, соціальних працівників, учителів, НУО, організації громадянського суспільства, групи жертв терористичних актів, місцеву владу, правоохоронні органи, науковців й ін. Уся діяльність RAN концентрується довкола тематичних робочих груп, зокрема: 1) Робоча група з комунікацій і наративів (Communication and Narratives working group (RAN C&N)) зосереджена на поширенні онлайн та офлайнповідомлень, які пропонують альтернативу чи протидіють екстремістській пропаганді, піддають сумніву екстремістські ідеї; 2) Робоча група з освіти (Education working group (RAN EDU)) об'єднує освітян усієї Європи, щоб допомогти їм протидіяти екстремізму, зокрема через створення безпечного середовища в школах, де панує повага й де навчають демократичних і соціальних цінностей; 3) Робоча група «виходу» (EXIT working group (RAN EXIT)) займається питаннями виходу з радикалізованого чи агресивного середовища в суспільне життя; 4) Робоча група з питань молоді, сімей і спільнот (Youth, Families and Communities working group (RAN YF&C)) надає підтримку в запобіганні радикалізації, яка може спричинити насильницький екстремізм; 5) Робоча група пам'яті жертв тероризму (Remembrance of Victims of Terrorism working group (RAN RVT)) визнає, що прямі й непрямі жертви терористичних актів є беззаперечними експертами стосовно того, які жахливі наслідки спричиняють радикалізація та екстремізм, і саме голос цих жертв має звучати в усіх медіа для боротьби з тероризмом й ін.

Мережа посилення обізнаності з радикалізації також є й інструментом політики ЄС, бо має на меті розробку програм із дерадикалізації й реабілітації, допомоги вчителям та молоді в боротьбі з причинами радикалізації. Наприклад, на прохання держави-члена ЄС, RAN може надати таку допомогу: 1) тренінги (окремо для пересічних учасників і для експертів), де допомагають краще зрозуміти процес радикалізації, урахувавши місцеві обставини, щоб ефективніше запобігти чи протидіяти радикальним проявам; 2) семінари зі специфічної тематики для представників місцевої влади (наприклад біженці, міграційна криза, превентивна політика, превентивні комунікації); 3) створення дорадчих груп при місцевих органах влади, які надають допомогу в розробці планів, мереж, координації практиків⁴⁹⁹. Наприклад, у 2019 р. RAN організував такі заходи: семінари з питань ідології й праворадикального екстремізму, ідеології та ісламістського екстремізму, реабілітації й реінтеграції радикалізованих осіб і тих, хто зазнав нападу; конференції та обговорення питань, пов'язаних із радикальним екстремізмом і психічними розладами, адаптацією в сім'ї тих, кого звільнили з в'язниці за екстремізм, безпеки біженців, яких колись залучили в екстремістську групу тощо.

⁴⁹⁸ Radicalisation Awareness Network. *Migration and Home Affairs*, 2020, https://ec.europa.eu/home-affairs/what-we-do/networks/radicalisation_awareness_network_en

⁴⁹⁹ Radicalisation Awareness Network. *Migration and Home Affairs*. 2020. URL: https://ec.europa.eu/home-affairs/what-we-do/networks/radicalisation_awareness_network_en

У 2015 р. за ініціативи комісара з питань міграції, внутрішніх справ та громадянства Дімітріса Аврамополуса створено Програму допомоги громадянському суспільству (Civil Society Empowerment Programme) (під егідою інтернет-форуму ЄС, 2000 р.) для боротьби з терористичним контентом онлайн. ЄК визнає, що терористичні й екстремістські групи дуже вправно використовують нові ІКТ для поширення своєї пропаганди й радикалізації прихильників (хоча й не завжди вони мають відповідні ресурси та навички для ефективної комунікації онлайн). З іншого боку, сила й усеохопний характер інтернету дає можливість, по-перше, різним групам поширювати повідомлення, альтернативні тим, які надходять із терористичних й екстремістських груп; а по-друге, протидіяти екстремістській і терористичній пропаганді. У межах Програми проводять тренінги для організацій громадянського суспільства та компаній, які спеціалізуються в соціальних медіа, щоб спільно організовувати заходи для мінімалізації залучення вразливих осіб до участі в екстремістських групах⁵⁰⁰.

Боротьба ЄС із радикалізацією, екстремізмом і тероризмом ґрунтується на чотирьох «стовпах»: запобігти, захистити, переслідувати, дати відповідь⁵⁰¹. У документі Ради ЄС від 30 серпня 2019 р. стосовно проблематики праворадикального екстремізму й тероризму в ЄС⁵⁰² запропоновано деякі рекомендації, як ці «стовпи» підтримувати, зокрема:

1. ЄК, за сприяння RAN, має розробляти рекомендації, програми з боротьби з радикалізацією (зважаючи на місцевий контекст) і заохочувати обмін позитивними практиками стосовно того, як запобігти, виявити та усунути тероризм і насилля.

2. Потрібно підтримувати дослідження причин радикалізації, розуміння, чому агресивна онлайнповедінка переростає в екстремізм і тероризм офлайн. Саме таке знання дасть змогу створювати ефективні контрнаративи.

3. Держави-члени повинні співпрацювати з Європол, надаючи необхідну інформацію, а Європол повинен здійснювати оперативну підтримку з метою виявлення онлайнекстремізму.

4. Щоб протидіяти загрозі екстремізму й тероризму, держави-члени повинні просувати європейські цінності, зокрема через імплементацію Рекомендацій Ради про просування спільних цінностей, інклюзивної освіти, європейських вимірів в освіті, 2018 р.

⁵⁰⁰ EU Internet Forum: Civil Society Empowerment Programme. *Migration and Home Affairs*. 2015. URL: https://home-affairs.ec.europa.eu/networks/radicalisation-awareness-network-ran/civil-society-empowerment-programme_en

⁵⁰¹ Farinelli Francesco. EU action on radicalization needs to be targeted at grassroots level. *The Parliament Magazine*. March 19. 2019. URL: https://www.theparliamentmagazine.eu/articles/partner_article/european-foundation-democracy/eu-action-radicalisation-needs-be-targeted

⁵⁰² Right-wing violent extremism and terrorism in the European Union: discussion paper. *Council of the European Union*. 30 August. 2019. URL: <http://www.statewatch.org/news/2019/sep/eu-council-ctc-right-wing-11756-19.pdf>

5. Технологічні компанії повинні бути належно поінформовані про національну специфіку онлайнекстремізму в кожній країні-членові.

6. Комісія, держави-члени й технологічні компанії (наприклад у межах інтернет-форуму ЄС) повинні спільно вирішити, як виявляти й усувати екстремістські символи та контент, як співпрацювати з правоохоронними органами, як визначати вразливу аудиторію тощо.

7. Держави-члени повинні докладати зусиль, щоб боротися з мовою ненависті й контентом, що пропагує агресію й насильство, на сайтах.

8. Потрібно залучати традиційні медіа, щоб посилити обізнаність населення, особливо після терактів, щодо розслідування й судового процесу, щоб уникнути поляризування аудиторії.

9. Треба підтримувати обмін аналітичними звітами та найкращими практиками зі стратегічними партнерами (США, Канада, Австралія, нова Зеландія)⁵⁰³.

У ЄС розробляють низку проєктів боротьби з радикалізацією:

Пілотний проєкт із протидії радикалізації та насильницькому екстремізму в регіоні Сахель-Магриб⁵⁰⁴ (2015–2021 рр.):

- поширення демократичної культури й цінностей: навчання та розбудова потенціалу для молодих лідерів, проєкти в школах щодо боротьби з насильством і сприяння толерантності та діалогу;

- сприяння та поширення демократичного громадянства через мистецтво, театр, музику, культуру й захист екосередовища;

- підтримка медіа та використання медіа й каналів соціальних медіа, створення спілок журналістів і просування місцевих радіо та радіоасоціацій;

- діяльність із релігійними групами для просування й інтеграції релігійного дискурсу в демократичну культуру, а також культуру поваги до жінок;

- створення нових або зміцнення наявних мереж асоціацій та організацій громадянського суспільства.

Проєкт DRIVE⁵⁰⁵ (2021–2023 рр.) досліджує роль соціального відчуження в контексті радикалізації в Данії, Норвегії, Нідерландах і Великобританії. Мета – запропонувати політикам практичні поради щодо того, як урахувати соціальну інтеграцію та соціальні детермінанти суспільного психічного здоров'я в політиці боротьби з радикалізацією й уникнути пасток подальшого відчуження та маргіналізації громад. «Багато молодих людей глибоко незадоволені суспільством, у якому вони живуть». Ми працюватимемо з партнерами з місцевої громади, щоб визначити й розробити вдосконалені способи роботи з молоддю на рівні мікрорайону, міста, національному та європейському рівнях.

⁵⁰³ Ibidem

⁵⁰⁴ Pilot Project on Countering Radicalization and Violent Extremism in the Sahel-Maghreb region, *EU Neighbours South*. 2015. URL: <https://www.euneighbours.eu/en/south/stay-informed/projects/pilot-project-countering-radicalization-and-violent-extremism-sahel>

⁵⁰⁵ Drive: Resisting Radicalization Through Inclusionю *Universiteit Leiden, The Netherland*. 2021. URL: <https://www.driveproject.eu/>

Держави-члени ЄС розробляють окремі заходи, пов'язані з перебуванням в ув'язненні та з пробаційним періодом.

Кібербезпека в ЄС

Сергій ФЕДОНЮК

Формування сучасної політики кібербезпеки

Вивчаючи політику кібербезпеки Європейського Союзу, насамперед визначимо концептуальні підходи в цій сфері, яких дотримується об'єднання. Сьогодні серед світових лідерів і головних міжнародних акторів у кіберсфері існують відмінності в концептуальних підходах щодо питань безпеки. США, Китай і Росія активно реалізують та пропагують міжнародну політику в цій сфері. Протягом останніх років до цієї когорти долучився і Європейський Союз, який, проте, зважаючи на його цінності та прагматичні інтереси, більше зосереджений на актуальних питаннях внутрішньої політики відповідно до галузевих і горизонтальних пріоритетів. Але в ЄС накопичено значний досвід розв'язання проблем кіберзагроз як на комунітарному рівні, так і в координації з учасниками об'єднання, і сьогодні його роль на міжнародній арені в цьому аспекті зростає.

Можна виокремити два різні підходи до державної політики у сфері кібербезпеки. Для першого («західного») властива відсутність прямого втручання у сферу кіберпростору та орієнтація на забезпечення безперервного й адекватного функціонування його інфраструктури. Цей підхід, що сформувався в США, ґрунтується на розумінні інформаційної безпеки як безпеки даних і, відповідно, інформаційних систем, що з ними пов'язані.

Натомість держави, котрі застосовують інший («східний») підхід, навпаки пропонують норми, що включають сильний урядовий контроль над інформацією з декларованою метою захисту національного інформаційного простору, або інформаційного (кібер) суверенітету. А це, із погляду прихильників західного підходу, сприймається як загроза політичній стабільності.

Важливою відмінністю між західним і східним підходами є концептуально протилежні погляди на міжнародно-правове регулювання цієї сфери. Суть західної позиції полягає в застосуванні чинних норм, а Росія та Китай підкреслюють важкість адаптації міжнародних правил до кіберпростору й зосередилися на просуванні відповідного міжнародного «кодексу поведінки». Існують також інші відмінності в підходах (рис. 2.3).

РОСІЙСЬКИЙ (східний)	ЗАХІДНИЙ
1) повний державний контроль інформації	1) відсутній державний контроль інформації
2) концепція "інформаційної безпеки"	2) концепція "кібербезпеки"
3) концепція інформаційного суверенітету	3) заперечується інформаційний суверенітет
4) концепція національного інформаційного простору	4) концепція глобального інформаційного простору
5) концепція "міжнародної інформаційної безпеки"	5) не підтримується концепція "міжнародної інформаційної безпеки"
6) концепція спеціального права інформаційної безпеки і вироблення особливих "правил поведінки" держав	6) не підтримується розробка окремого домена міжнародного права інформаційної безпеки, пропонуються добровільні "правила поведінки" держав
7) об'єкти інформаційних загроз: особа, суспільство, держава	7) об'єкти інформаційних загроз - інформаційні системи
8) неприйняття моделі міжнародної співпраці в боротьбі з кіберзлочинністю на основі Будапештської конвенції	8) міжнародна співпраця в боротьбі з кіберзлочинністю на основі Будапештської конвенції
9) кібертероризм розглядається як загроза "особі, суспільству, державі"	9) утилітарне трактування кібертероризму (доведена політична мотивація й спрямування проти некомбатантів)
10) інтегральне розуміння інформаційних загроз воєнно-політичного характеру - концепція "інформаційних війн"	10) диференційоване розуміння інформаційних загроз воєнно-політичного характеру - концепція "стратегічних комунікацій"
11) державне управління інтернетом	11) багатостороннє управління інтернетом

Рис. 2.3. Підходи у сфері інформаційної (кібер) безпеки

Специфіка Європейського Союзу полягає в суто прагматичних підходах до проблем, які мають суттєве й загальне значення для його учасників, – у такому аспекті й розробляються всі комунітарні стратегії та реалізуються галузеві й секторальні політики. Проте, хоча ЄС не має чітко окреслених стратегій, орієнтованих на підтримку того чи іншого з розглянутих вище підходів, країни-члени ЄС однозначно підтримують демократичний шлях розвитку кіберпростору й відносин у сфері ІКТ. Це проявилось, наприклад, у їх підтримці американського проекту резолюції ГА ООН «Заохочення відповідальної поведінки держав у кіберпросторі в контексті міжнародної безпеки» (2018 р.)⁵⁰⁶.

Від початку розробки політики у сфері кібербезпеки ЄС орієнтувався більшою мірою на так звану м'яку безпеку: посилення зовнішнього виміру політики ЄС у сфері кібербезпеки, підвищення стійкості мереж і систем ІКТ до кіберзагроз, розробку можливостей та інструментів реагування на кібератаки, співпрацю в боротьбі з кіберзлочинністю, просування стандартів і цінностей у кіберпросторі. Загалом безпека в цій сфері розглядається на рівні ЄС в аспекті саме кібербезпеки й актуалізувалася порівняно недавно. Фактично інституційну

⁵⁰⁶ 73/266. Advancing responsible State behaviour in cyberspace in the context of international security. *Resolution adopted by the General Assembly on 22 December 2018*. URL: https://www.un.org/en/ga/search/view_doc.asp?symbol=A/RES/73/266

основу закладено у 2004 р. зі створенням Агентства Європейського Союзу з питань мережевої та інформаційної безпеки. ENISA (на підставі Регламенту 460/2004⁵⁰⁷), а стратегічну базу підведено з прийняттям у 2013 р. документа про стратегію кібербезпеки ЄС⁵⁰⁸. До сьогодні відбувається активний розвиток політики ЄС щодо кіберпростору, а політика ЄС у сфері кібербезпеки опинилася серед політичних пріоритетів Європейської комісії й посіла високі позиції в Стратегії єдиного цифрового ринку⁵⁰⁹. Кібербезпека та боротьба з кіберзлочинністю є одним із трьох «стовпів» Європейського порядку денного щодо безпеки (2015 р.)⁵¹⁰, а в Глобальній стратегії ЄС (2016 р.)⁵¹¹ вона розглядається вже в як горизонтальна політика, починаючи від загальнодоступного цифрового простору й закінчуючи елементами діяльності Європейського Союзу.

Стратегію кібербезпеки 2013 р. побудовано на таких принципах:

- основні цінності ЄС застосовуються як у цифровому, так і у фізичному світі;

- захист основних прав, свободи вираження поглядів, персональних даних і конфіденційності;

- доступ для всіх;

- демократичне та ефективне багатостороннє управління;

- спільна відповідальність за забезпечення безпеки.

Також визначено пріоритети:

- досягнення кіберстійкості;

- різке скорочення кіберзлочинності;

- розробка політики кіберзахисту й можливостей, пов'язаних зі Спільною політикою безпеки та оборони (CSDP);

- розвиток промислових і технологічних ресурсів для кібербезпеки;

- створення послідовної міжнародної політики в кіберпросторі для Європейського Союзу та просування основних цінностей ЄС.

⁵⁰⁷ Regulation (EC) No 460/2004 of the European Parliament and of the Council of 10 March 2004 establishing the European Network and Information Security Agency (Text with EEA relevance). *Official Journal L 077*. 13/03/2004. P. 0001 – 0011. URL: <https://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CELEX:32004R0460:EN:HTML>

⁵⁰⁸ EU Cyber Security strategy: An open, safe and secure Cyberspace. 7 February. 2013. URL: https://ec.europa.eu/home-affairs/what-is-new/news/news/2013/20130207_01_en

⁵⁰⁹ COMMUNICATION FROM THE COMMISSION TO THE EUROPEAN PARLIAMENT, THE COUNCIL, THE EUROPEAN ECONOMIC AND SOCIAL COMMITTEE AND THE COMMITTEE OF THE REGIONS. *A Digital Single Market Strategy for Europe*. COM/2015/0192 final. URL: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=celex%3A52015DC0192>

⁵¹⁰ COMMUNICATION FROM THE COMMISSION TO THE EUROPEAN PARLIAMENT, THE COUNCIL, THE EUROPEAN ECONOMIC AND SOCIAL COMMITTEE AND THE COMMITTEE OF THE REGIONS. *The European Agenda on Security*. Strasbourg. 28.4.2015. COM (2015) 185 final. URL: https://ec.europa.eu/home-affairs/sites/default/files/e-library/documents/basic-documents/docs/eu_agenda_on_security_en.pdf

⁵¹¹ Shared Vision, Common Action: A Stronger Europe A Global Strategy for the European Union's Foreign And Security Policy. June 2016. URL: https://eeas.europa.eu/sites/default/files/eugs_review_web_0.pdf

У стратегії Єдиного цифрового ринку ЄС (2015) політика кібербезпеки відіграла важливу роль, що полягала переважно в забезпеченні трьох завдань. По-перше, це захист мереж і критичної інфраструктури й ефективне реагування на кіберзагрози, а також прийняти національні стратегії й регулювання кібербезпеки на рівні ЄС. По-друге, одним із ключових пріоритетів Європейської стратегії кібербезпеки став розвиток промислових і технологічних ресурсів для кібербезпеки. По-третє, Європейська комісія ініціювала започаткування державно-приватного партнерства з кібербезпеки у сфері технологій та рішень для безпеки мережі онлайн й, по-четверте – це підтримка розвитку стандартизації, зокрема у сфері кібербезпеки, електронної охорони здоров'я, мобільних платежів, інтерне-речей, великі дані, хмарні обчислення та ін.

У Європейській адженді щодо безпеки, прийнятій того самого року, визначено три «стовпи», одним із яких була протидія кіберзлочинності, поряд із протидією тероризму й транскордоній злочинності. В аспекті кібербезпеки виокремлено такі напрями політики:

- поновлення акценту на реалізації наявної політики щодо кібербезпеки, атак на інформаційні системи та боротьби з сексуальною експлуатацією дітей;

- перегляд і, можливо, розширення законодавства про боротьбу із шахрайством та підркою безготівкових платіжних засобів для врахування нових форм злочинності й підробки фінансових інструментів, із пропозиціями у 2016 р.;

- перегляд перешкод у кримінальних розслідуваннях кіберзлочинів, зокрема щодо питань компетентної юрисдикції та правил доступу до доказів й інформації;

- розширення дій із розбудови кіберпотенціалу в рамках інструментів зовнішньої допомоги.

У 2016 р. прийнято Глобальну стратегію ЄС, що втілює новий підхід до розуміння проблеми безпеки та загроз для громадян і самого Союзу. У документі виокремлено кіберзагрози, – поряд із гібридними загрозами, тероризмом, економічною нестабільністю, змінами клімату й енергетичними загрозами. У сфері кібербезпеки Глобальна стратегія ЄС передбачає узгодження захисту комп'ютерних загроз із гарантією збереження «відкритого, вільного та безпечного кіберпростору» за зміцнення технологічного потенціалу для зменшення загроз, підвищення стійкості критичної інфраструктури, мереж та послуг і протидії кіберзлочинності.

Глобальна стратегія ЄС загалом окреслює декілька рівнів політики кібербезпеки – перший охоплює відносини всередині ЄС, другий стосується відносин третіми країнами й міжнародними організаціями, а третій відображає спільне бачення в цій сфері для узгодженої репрезентації на міжнародних майданчиках. Усередині ЄС посилено спроможність відповіді на кіберзагрози й відновлення критично важливої інфраструктури держав-членів за збереження відкритого, вільного й безпечного кіберпростору. Підвищено спроможність унії

й забезпечено допомогу державам — членам у захисті від кіберзагроз, зі збереженням при цьому відкритого, вільного й безпечного кіберпростору. ЄС підтримує політичне, оперативне та технічне кіберспівробітництво між державами — членами, а також сприятиме взаємодії між структурами ЄС і відповідними інституціями держав-членів.

У відносинах із міжнародними партнерами у сфері кібербезпеки головним пріоритетом стало посилення співпраці зі США й НАТО. Але головним меседжем для міжнародного співтовариства, уміщеним у тексті стратегії, є чітко висловлена позиція, яка цілком відповідає західному підходу до забезпечення безпеки в кіберпросторі – це реалізація своєї прагматичної мети стати «перспективним кібергравцем, захищаючи свої найважливіші активи та цінності в цифровому світі, зокрема шляхом просування вільного й безпечного глобального інтернету через прогресивний альянс між державами, міжнародними організаціями, промисловістю, громадянським суспільством та технічними експертами». А також те, що ЄС «шукатиме угод про відповідальну поведінку держав у кіберпросторі на основі наявного міжнародного права. Він підтримуватиме багатостороннє цифрове управління й глобальні рамки співпраці з кібербезпеки, поважаючи вільний потік інформації»⁵¹².

Також у 2016 р. прийнято перші загальні правила безпеки інформаційних систем (Директива про безпеку мереж та інформаційних систем (NIS)⁵¹³). Директивою NIS передбачено правові заходи для підвищення рівня кібербезпеки ЄС, щоб країни-члени: були готові реагувати на інциденти з кібербезпеки за допомогою групи реагування на інциденти комп'ютерної безпеки (CSIRT) і компетентних національних органів NIS; підтримували стратегічне співробітництво та обмін інформацією щодо конкретних питань про інциденти й ризики; сприяли розвитку кібербезпеки серед операторів критичної інфраструктури. У цій сфері працюють спеціалізоване Агентство ЄС з питань безпеки мережі та інформації (ENISA), Європейський центр кіберзлочинності (EC3) у структурі Європолу, Команда ЄС із питань комп'ютерного реагування на надзвичайні ситуації (CERT-EU) і Європейське оборонне агентство. Напрями політики відповідно до директиви NIS показано на рис. 2.

⁵¹² Shared Vision, Common Action: A Stronger Europe A Global Strategy for the European Union's Foreign And Security Policy. June 2016. URL: https://eeas.europa.eu/sites/default/files/eugs_review_web_0.pdf

⁵¹³ Directive (EU)2016/1148 of the European Parliament and of the Council of 6 July 2016 concerning measures for a high common level of security of network and information systems across the Union. URL: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/uri=uriserv:OJ.L .2016.194.01.0001.01.ENG&toc=OJ:L:2016:194:TOC>



Рис. 2.4. Цілі Директиви про безпеку мереж та інформаційних систем (NIS)⁵¹⁴

Системний розвиток політики кібербезпеки доповнено прийняттям у вересні 2017 р. так званого пакета кібербезпеки, із пропозицією низки заходів, які надалі координовано зміцнюватимуть структури й можливості ЄС у сфері кібербезпеки за повної співпраці держав-членів і різних зацікавлених структур ЄС⁵¹⁵.

Грунтуючись на перегляді Стратегії кібербезпеки 2013 р., пакет кібербезпеки пропонує низку заходів, які сприятимуть подальшому зміцненню структур і можливостей ЄС у сфері кібербезпеки скоординованим чином, за повної співпраці держав-членів і різних відповідних структур ЄС, дотримуючись при цьому їх компетенції та відповідальності. Його реалізація має посилити ЄС у протистоянні поточним і майбутнім викликам кібербезпеки.

У пакеті:

⁵¹⁴ All About The NIS Directive. HeadMind. 13/09/2021. URL: <https://www.headmind.com/fr/nis-directive/>

⁵¹⁵ Cybersecurity package 'Resilience, Deterrence and Defence: Building strong cybersecurity for the EU'. Publication 19 September 2017. URL: <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/library/cybersecurity-package-resilience-deterrence-and-defence-building-strong-cybersecurity-eu>

– комюніке «Стійкість, стримування та оборона: створення надійної кібербезпеки для ЄС» (це Спільне повідомлення встановлює масштаб виклику та діапазон заходів, які ЄС може вжити);

– попозиція щодо Регламенту щодо ENISA, «Агенції ЄС із кібербезпеки» та щодо сертифікації кібербезпеки інформаційно-комунікаційних технологій («Акт про кібербезпеку», що містить пропозицію нового мандату для ENISA – Агентства ЄС із кібербезпеки – і створення системи сертифікації ЄС із кібербезпеки ІКТ);

– рекомендація Комісії щодо скоординованої реакції на великомасштабні інциденти та кризи кібербезпеки (цей план визначає цілі та способи співпраці між державами-членами й установами ЄС у реагуванні на такі інциденти й кризи);

– комюніке «Найбільше використання NIS – до ефективної реалізації Директиви (ЄС) 2016/1148 щодо заходів для високого загального рівня безпеки мережевих й інформаційних систем у всьому Союзі.;

– «набір інструментів NIS», спрямований на підтримку держав-членів у їхніх зусиллях щодо швидкого та узгодженого впровадження Директиви NIS у всьому ЄС;

– робочий документ Комісії щодо оцінки стратегії кібербезпеки ЄС 2013 р. (його метою є представлення досягнень Стратегії кібербезпеки ЄС 2013 р.);

– пропозиція Директиви Європейського парламенту та Ради щодо боротьби з шахрайством і підrobкою безготівкових платіжних засобів та заміни Рамкового рішення Ради 2001/413/ЈНА (ця пропозиція має три конкретні цілі: переконатися, що існує чітка, надійна й технологічно нейтральна політика/правова база; усунути оперативні перешкоди, які перешкоджають розслідуванню та судовому переслідуванню; посилення профілактики);

– звіт Комісії Європейському парламенту й Раді з оцінкою ступеня, до якого держави-члени вжили необхідних заходів для дотримання Директиви 2013/40/ЄС про атаки на інформаційні системи та заміни Рамкового рішення Ради 2005/222/ЈНА (цей звіт відповідає вимогам статті 17 Директиви щодо звітності Комісії перед Європейським парламентом і Радою, оцінюючи ступінь, до якого держави-члени вжили необхідних заходів для дотримання Директиви).

16 грудня 2020 р. Європейська комісія та Верховний представник ЄС із закордонних справ і політики безпеки представили нову Стратегію кібербезпеки ЄС⁵¹⁶, із метою посилення колективної стійкості об'єднання до кіберзагроз і гарантування надійності цифрових послуг та інструментів.

⁵¹⁶ JOINT COMMUNICATION TO THE EUROPEAN PARLIAMENT AND THE COUNCIL The EU's Cybersecurity Strategy for the Digital Decade. European Commission. Brussels, 16.12.2020. JOIN (2020) 18 final. URL: https://ec.europa.eu/newsroom/dae/document.cfm?doc_id=72164

Також Комісія внесла дві нові пропозиції – оновлену Директиву NIS2⁵¹⁷ про заходи щодо високого загального рівня кібербезпеки в усьому Союзі та нову Директиву щодо стійкості критичних організацій⁵¹⁸. Разом ці документи становлять новий пакет із кібербезпеки. Доповнення європейського вторинного права у сфері кібербезпеки стало логічним кроком після врахування виявлених недоліків попередніх нормативних актів і викликів, що з'явилися у зв'язку з пандемією Covid-19. Заплановано побудувати мережу оперативних центрів безпеки на всій своїй території, що працює на основі штучного інтелекту, щоб створити європейський «щит кібербезпеки»⁵¹⁹, розгорнути надзвичайно безпечну інфраструктуру квантового зв'язку для Європи для передачі конфіденційної інформації й упровадити низку інших інструментів і заходів, наприклад зміцнити інструменти кібердипломатії, розробити план дій на випадок надзвичайних ситуацій для вирішення екстремальних сценаріїв, що впливають на цілісність і доступність глобальної кореневої системи DNS, установити стандарти безпеки.

Підвищити безпеку інтернету й інших важливих мереж та інформаційних систем планується шляхом створення «Європейського центру компетенції з питань промислової, технологічної й дослідницької роботи з кібербезпеки»⁵²⁰, – для об'єднання інвестицій у дослідження кібербезпеки, технології та в промисловий розвиток. Новий орган знаходитиметься в Бухаресті й працюватиме разом із мережею національних координаційних центрів, призначених державами-членами та ENISA.

Чи не вперше в нормативній практиці ЄС визнано, що кіберпростір є не лише потенційним джерелом загроз технічного чи економічного характеру й кіберзлочинності, а «все частіше використовується в політичних та ідеологічних цілях», а ЄС «не має колективної ситуаційної обізнаності щодо кіберзагроз». Таким чином формулюється складне завдання поліпшення кібербезпеки ЄС для захисту основних прав і свобод та стимулювання ефективної й систематичної співпраці. Стратегія описує кібербезпеку як багаторівневу проблему, для розв'язання якої сформовано сфери діяльності:

⁵¹⁷ Revised Directive on Security of Network and Information Systems (NIS2). *European Commission. Publication.* 16 December 2020. URL: <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/library/revised-directive-security-network-and-information-systems-nis2>

⁵¹⁸ Proposal for a DIRECTIVE OF THE EUROPEAN PARLIAMENT AND OF THE COUNCIL on the resilience of critical entities. Brussels. 16.12.2020 COM(2020) 829 final. URL: https://ec.europa.eu/home-affairs/sites/default/files/pdf/15122020_proposal_directive_resilience_critical_entities_com-2020-829_en.pdf

⁵¹⁹ New EU Cybersecurity Strategy and new rules to make physical and digital critical entities more resilient. *European Commission.* 16 December 2020. URL: https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/IP_20_2391

⁵²⁰ Bucharest-based Cybersecurity Competence Centre gets green light from Council. *European Council.* 20 April 2021. URL: <https://www.consilium.europa.eu/en/press/press-releases/2021/04/20/bucharest-based-cybersecuritycompetence-centre-gets-green-light-from-council/>

стійкість, технологічний суверенітет і лідерство; нарощування оперативного потенціалу для запобігання, стримування й реагування; просування глобального й відкритого кіберпростору.

Нова стратегія передбачає значне збільшення коштів у сфері кібербезпеки, зокрема в рамках програми досліджень та інновацій, стратегічної інвестиційної програми «Цифрова Європа» і програми «Горизонт Європа», а також у рамках Плану відновлення для Європи⁵²¹. Мета – залучити до €4,5 млрд спільних інвестицій із ЄС, держав-членів та промисловості.

Інвестиції в увесь ланцюжок постачання цифрових технологій, сприяючи цифровому переходу або вирішенню викликів, що виникають у зв'язку з цим, повинні становити принаймні 20 % – що еквівалентно €134,5 млрд – від €672,5 млрд Фонду відновлення та стійкості, який складається з грантів і позики.

Фінансування ЄС у багаторічній фінансовій програмі на 2021–2027 рр. передбачено для кібербезпеки в рамках Програми цифрової Європи. Тим часом фінансування досліджень у сфері кібербезпеки передбачено в рамках програми Horizon Europe з особливим акцентом на підтримку МСП. Загалом це може становити €2 млрд плюс інвестиції держав-членів і промисловості.

Європейський оборонний фонд (EDF) підтримуватиме європейські рішення кіберзахисту як частину європейської оборонної технологічної та промислової бази. Кібербезпека включена до зовнішніх фінансових інструментів для підтримки наших партнерів, зокрема інструменту сусідства, розвитку та міжнародного співробітництва.

У березні 2021 р. Комісія виклала власне бачення цифрової трансформації Європи до 2030 р. в Комюніке «Цифровий компас: європейський шлях до Цифрового десятиліття»⁵²², у якому фактично виклала «європейське» бачення цифрового суверенітету, що полягає в амбітному плані щодо проведення цифрової політики, яка передбачає усунення вразливих місць і залежностей, а також прискорення інвестицій задля випереджаючого розвитку ЄС у відкритому й узаємопов'язаному світі. Поставлено цілі, орієнтовані на пришвидшений розвиток цифрової економіки та суспільства, запропоновано скласти набір цифрових принципів, що охоплюють такі сфери, як доступ до інтернет-послуг, безпечне й надійне онлайн-середовище, цифрові медичні послуги, цифрові державні послуги та адміністрація, орієнтовані на людину. Ці принципи доповнять наявні права, які вже захищають і розширюють можливості європейців в інтернеті, такі як захист особистих даних та конфіденційності, свобода вираження поглядів, свобода створення й ведення бізнесу в інтернеті й захист інтелектуальної власності. У середовищі безпеки,

⁵²¹ The Recovery and Resilience Facility. *European Commission*. URL: https://ec.europa.eu/info/business-economy-euro/recovery-coronavirus/recovery-and-resilience-facility_en

⁵²² COMMUNICATION FROM THE COMMISSION TO THE EUROPEAN PARLIAMENT, THE COUNCIL, THE EUROPEAN ECONOMIC AND SOCIAL COMMITTEE AND THE COMMITTEE OF THE REGIONS 2030 Digital Compass: the European way for the Digital Decade. COM/2021/118 final. URL: <https://eur-lex.europa.eu/legalcontent/en/TXT/?uri=CELEX%3A52021DC0118>

що швидко розвивається, Стратегічний компас передбачає необхідність розробки всеохопної політики, яка могла б допомогти подолати комплексні загрози проти ЄС, дотримуючись чіткої політичної мети, що може мати форму гібридного інструментарію ЄС, котрий охоплює заходи проти кібератак, дезінформації, а також інших форм утручання, таких як використання міграційних потоків як інструментів гібридних атак проти ЄС⁵²³. Це – доповнення до поточних напрямів роботи в контексті посилення Стратегії кібербезпеки ЄС, включаючи інструментарій кібердипломатії. У такій ширшій рамці Компас також пропонує розробити подальші заходи для протидії маніпуляції з іноземною інформацією⁵²⁴. Перший проєкт Стратегічного компаса представлено в листопаді 2021 р., а прийнято 21 березня 2022 р.⁵²⁵ Прийняття нової стратегії тепер здійснювалося з урахуванням викликів, пов'язаних з ескалацією агресивної політики РФ, – з'явилася гостра необхідність у посиленні позицій ЄС і його партнерів, зокрема України. Мета Стратегічного компаса – зробити ЄС сильнішим і більш спроможним гарантом безпеки. ЄС має бути в змозі захистити своїх громадян та сприяти міжнародному миру й безпеці. Це особливо важливо в той час, коли війна повернулася до Європи після невиправданої й неспровокованої агресії Росії проти України, а також серйозних геополітичних зрушень. Стратегічний компас посилить стратегічну спроможність ЄС і його здатність працювати з партнерами для захисту своїх цінностей та інтересів. Сильніший і більш спроможний ЄС у сфері безпеки й оборони сприятиме глобальній та трансатлантичній безпеці й доповнює НАТО, яке залишається основою колективної оборони для його членів. Це також посилить підтримку глобального порядку, заснованого на правилах, ядром якого є Організація Об'єднаних Націй.

Інституційна основа

Почавши зі створення ENISA, Європейський Союз пройшов значний шлях до інституційного забезпечення завдань кібербезпеки в різних аспектах – координації, моніторингу, наукових досліджень і розробок, реагування на кіберінциденти та ін. *Агентство Європейського Союзу з кібербезпеки, ENISA*, є інституцією, що займається досягненням високого загального рівня кібербезпеки в Європі. Засноване у 2004 р. та посилене Актом про кібербезпеку ЄС, воно сприяє кіберполітиці ЄС, підвищує надійність продуктів, послуг і процесів ІКТ за допомогою схем сертифікації кібербезпеки, співпрацює з державами-членами та органами ЄС і допомагає Європі підготуватися для

⁵²³ Questions and answers: a background for the Strategic Compass. EEAS. (2021). URL: https://eeas.europa.eu/headquarters/headquarters-homepage/97895/questions-and-answers-background-strategiccompass_en

⁵²⁴ A Strategic Compass for a stronger EU security and defence in the next decade. Council of the EU. *Press release*. (2022). URL: <https://www.consilium.europa.eu/en/press/press-releases/2022/03/21/a-strategic-compass-for-a-stronger-eu-security-and-defence-in-the-next-decade/>

⁵²⁵ A Strategic Compass for Security and Defence—For a European Union that protects its citizens, values and interests and contributes to international peace and security URL: <https://data.consilium.europa.eu/doc/document/ST7371-2022-INIT/en/pdf>

кібервикликів завтрашнього дня. Завдяки обміну знаннями, розбудові потенціалу та підвищенню обізнаності Агентство співпрацює зі своїми ключовими зацікавленими сторонами, щоб зміцнити довіру до цифрової економіки, підвищити стійкість інфраструктури Союзу й, зрештою, зберегти європейське суспільство та громадян у цифровій безпеці.

ENISA заснована Регламентом (ЄС) № 460/2004⁵²⁶ Європейського парламенту й Ради від 10 березня 2004 р. про заснування Європейського агентства мережевої та інформаційної безпеки з цілями:

- посилення спроможності Співтовариства, держав-членів і, як наслідок, бізнес-спільноти в запобіганні, розв'язанні та реагуванні на проблеми мережевої й інформаційної безпеки;

- надання допомоги та консультації Комісії й державам-членам із питань, пов'язаних із мережевою й інформаційною безпекою, які підпадають під його компетенцію;

- з опорою на національні зусилля та зусилля Співтовариства, розвиток високого рівня експертних знань для стимулювання широкої співпраці між суб'єктами з державного й приватного секторів;

- допомоги Комісії в технічній підготовчій роботі для оновлення та розвитку законодавства Співтовариства у сфері мережевої й інформаційної безпеки.

Сьогодні це Регламент (ЄС) 2019/881⁵²⁷ Європейського парламенту та Ради ЄС від 17 квітня 2019 р. (Акт про кібербезпеку) щодо ENISA (Агентства Європейського Союзу з кібербезпеки) та щодо сертифікації інформаційно-комунікаційних технологій у сфері кібербезпеки й скасування Регламенту (ЄС) № 526/2013.

Починаючи з 2022 р., ENISA разом із Європейською службою зовнішніх дій (EEAS) розпочали роботу щодо координації зусиль у сферах, де гібридні загрози перетинають різні сфери, пов'язані між кібербезпекою й негативними іноземними інформаційними впливами шляхом маніпуляції та втручання (Foreign Information Manipulation and Interference (FIMI)). Наприклад подія, що безпосередньо впливає на один сектор/одну жертву, може бути спрямована на інший сектор/іншу жертву й мати інший вплив (наприклад, основною ціллю може бути власник облікового запису в соціальних мережах, який актор порушує, щоб отримати контроль, але вторинною ціллю (та, яка є

⁵²⁶ Regulation (EC) No 460/2004 of the European Parliament and of the Council of 10 March 2004 establishing the European Network and Information Security Agency (Text with EEA relevance). *Official Journal L 077*. 13/03/2004 P. 0001 – 0011. URL: <https://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CELEX:32004R0460:EN:HTML>

⁵²⁷ Regulation (EU) 2019/881 of the European Parliament and of the Council of 17 April 2019 on ENISA (the European Union Agency for Cybersecurity) and on information and communications technology cybersecurity certification and repealing Regulation (EU) No 526/2013 (Cybersecurity Act) (Text with EEA relevance). PE/86/2018/REV/1. URL: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=uriserv:OJ.L .2019.151.01.0015.01.ENG&toc=OJ:L:2019:151:TOC>

передбачуваною ціллю актора) можуть бути підписники облікового запису). Із цього приводу 8 листопада 2022 р. опубліковано спільний звіт⁵²⁸.

Центри обміну та аналізу інформації (ISAC) — це некомерційні організації, які надають центральний ресурс для збору інформації про кіберзагрози (в багатьох випадках для критичної інфраструктури), а також сприяють двосторонньому обміну інформацією між приватним і державним секторами про основні причини, інциденти та загрози, а також обмін досвідом, знаннями й аналізом. У багатьох країнах-членах ЄС існують ISAC або подібні ініціативи. Європейське законодавство, як-от Директива NIS та Закон про кібербезпеку, сприяють створенню галузевих ISAC та ДПП у межах ЄС. Директива NIS, серед іншого, розділяє операторів основних послуг на сектори й зобов'язує операторів виконувати вимоги щодо звітування про інциденти. Створення галузевих ISAC на національному рівні може додатково сприяти реалізації цих положень. Обмін інформацією між національними зацікавленими сторонами є важливим аспектом кібербезпеки. Відповідні зацікавлені сторони можуть поділитися знаннями про боротьбу з кібератаками, реагування на інциденти, заходи для пом'якшення наслідків і контроль.

– *CSIRT/CERT*. Відповідно до Директиви NIS, країни-члени ЄС також зобов'язані забезпечити належне функціонування груп реагування на інциденти комп'ютерної безпеки (CSIRT), також відомих як групи реагування на комп'ютерні надзвичайні ситуації (CERT). Ці команди на практиці борються з інцидентами й ризиками кібербезпеки. Вони співпрацюють один з одним на рівні ЄС, а із приватним сектором. Усі типи операторів основних послуг і постачальників цифрових послуг мають бути охоплені призначеними CSIRT. Основними завданнями CSIRT є:

- моніторинг інцидентів на національному рівні;
- надання раннього попередження, попереджень, оголошень та іншої інформації про ризики й інциденти відповідним зацікавленим сторонам;
- реагування на інциденти;
- забезпечення динамічного аналізу ризиків та інцидентів і ситуаційної обізнаності;
- участь у мережі CSIRTs.

На території ЄС діє мережа, що складається із CSIRT, призначених державами-членами ЄС, і CERT-EU («члени мережі CSIRTs»). Європейська комісія бере участь у мережі як спостерігач. ENISA доручено активно підтримувати співпрацю CSIRTs, надавати секретаріат й активну підтримку для координації інцидентів на запит. Мережа CSIRTs забезпечує форум, де члени можуть співпрацювати, обмінюватись інформацією та зміцнювати довіру. Члени можуть покращити розгляд транскордонних інцидентів і навіть обговорити, як узгоджено реагувати на конкретні інциденти.

⁵²⁸ Foreign Information Manipulation Interference (FIMI) and Cybersecurity – Threat Landscape. ENISA. URL: <https://www.enisa.europa.eu/publications/foreign-information-manipulation-interference-fimi-and-cybersecurity-threat-landscape>

У 2016 р. створено *Європейську організацію з кібербезпеки (ECSO)*, щоб виступати в ролі партнера Комісії в рамках договірною державно-приватного партнерства, що охоплює Horizon 2020, у 2016–2020 рр. Вона виконує різноманітну діяльність, спрямовану на розбудову громад і промисловий розвиток на європейському рівні. Більшість із 250 членів ECSO належать або до галузі кібербезпеки, або до дослідницьких та академічних установ у галузі. Меншою мірою члени ECSO також включають суб'єктів державного сектору й галузей, що працюють із попитом.

Відповідно до нової Стратегії кібербезпеки, розпочато роботу зі створення *Об'єднаного кіберпідрозділу (Joint Cyber Unit, JCU)* – нової платформи, спрямованої на зміцнення співпраці між інституціями, агентствами, органами й органами влади держав-членів ЄС. Він має спиратися на роботу, розпочату завдяки Рекомендації щодо скоординованої реакції на інциденти та кризи – так званому *Blueprint (2017 р.)*⁵²⁹. JCU допоможе цивільним, правоохоронним, дипломатичним і кіберзахисним спільнотам співпрацювати для запобігання, стримування й реагування на кібератаки. Отже, він отримає користь від досвіду всіх відповідних учасників у сфері кібербезпеки. Залучені особи зможуть швидко протистояти кіберзагрозам і працювати над мобілізацією ресурсів для взаємної допомоги.

Ключові дії JCU включають:

- створення фізичної платформи навколо суміжних офісів ENISA та CERT-EU у Брюсселі ;
- створення віртуальної платформи, що складається з інструментів для безпечного й швидкого обміну інформацією;
- надання ЄС плану реагування на інциденти кібербезпеки та кризи (на основі національних планів, запропонованих у NIS2);
- створення інтегрованих звітів про ситуацію в кібербезпеці ЄС, включаючи інформацію та розвідувальні дані про загрози й інциденти;
- створення та мобілізація груп швидкого реагування з кібербезпеки ЄС;
- укладання меморандумів про взаєморозуміння щодо співпраці й взаємодопомоги;
- укладення угод про обмін інформацією та операційну співпрацю з компаніями приватного сектору, як користувачами, так і постачальниками рішень і послуг із кібербезпеки;
- складання переліку операційних та технічних можливостей, доступних у ЄС;
- визначення структурованої взаємодії з розширеними інструментами виявлення, зокрема SOC;
- установа багаторічного плану координації навчань й організації спільних навчань і тренувань;

⁵²⁹ Commission Recommendation (EU) 2017/1584 of 13 September 2017 on coordinated response to large-scale cybersecurity incidents and crises. C/2017/6100. URL: <https://eur-lex.europa.eu/eli/reco/2017/1584/oj>

– звітність: проміжний звіт з оцінкою ролей та обов’язків учасників й остаточний звіт про діяльність.

Ще однією новою ініціативою є *Кіберцит ЄС*. ЄС потребує гнучкого засобу для виявлення й відбиття дедалі складніших і частих кібератак. Зараз центри обміну та аналізу інформації (ISAC) допомагають зацікавленим сторонам у промисловості й державних органах обмінюватись інформацією про загрози. Але потрібно постійно контролювати мережі та комп’ютерні системи, щоб виявляти вторгнення й аномалії в реальному часі. Багато приватних компаній, громадських організацій і державних органів влади роблять це через центри безпеки. У зв’язку з цим Комісія пропонує створити мережу Оперативних центрів безпеки в ЄС, що працюють на основі штучного інтелекту, а також підтримувати вдосконалення наявних центрів, що сприятиме навчанню й розвитку навичок персоналу, який керує такими центрами. Ця мережа забезпечуватиме своєчасне попередження про інциденти кібербезпеки органам влади й усім зацікавленим сторонам, уключаючи об’єднаний кіберпідрозділ, як сітка сторожових веж.

Європейська комісія запропонувала 22 березня 2022 р. два нормативні акти, спрямовані на зміцнення стійкості й можливостей інституцій реагування на кіберзагрози, а також сприяння безпечному обміну інформацією між установами й державами-членами.

Перший нормативний акт (регламент для встановлення спільних заходів кібербезпеки в установах, органах, офісах й агентствах Європейського Союзу⁵³⁰) має на меті запровадити «основу управління, управління ризиками та контролю у сфері кібербезпеки». Зокрема, він посилює мандат CERT-EU, який виконує функції центрального консультативного органу й платформи кіберрозвідки. Йому доведеться тісно співпрацювати з Об’єднаним кіберпідрозділом, який почав свою роботу у 2023 р. Регламент також має на меті запровадити нові кіберправила для всіх організацій у Європейському Союзі через структуру управління, управління ризиками й контролю у сфері кібербезпеки. Другий регламент⁵³¹ спрямований на встановлення «мінімального набору правил і стандартів інформаційної безпеки для всіх інституцій, органів, офісів й агентств ЄС». Його метою є забезпечення захисту інформації та сприяння її безпечному обміну за допомогою стандартизованих практик.

Міжнародна діяльність

Відповідно до нової стратегії кібербезпеки ЄС активізуватиме роботу з міжнародними партнерами щодо зміцнення заснованого на правилах глобального порядку, сприяння міжнародній безпеці та стабільності в кіберпросторі й захисту прав людини та основних свобод в інтернеті,

⁵³⁰ Proposal for Cybersecurity Regulation. URL: https://commission.europa.eu/publications/proposal-cybersecurity-regulation_en

⁵³¹ New rules to boost cybersecurity and information security in EU institutions, bodies, offices and agencies. URL: https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/IP_22_1866

просуватиме міжнародні норми та стандарти, які відображають ці основні цінності ЄС, співпрацюючи зі своїми міжнародними партнерами в ООН та на інших відповідних форумах.

Важливо, що, переслідуючи власні цілі, ЄС бере активну участь у поширенні західної концепції розвитку кіберпростору. Але при цьому розробляються й просуваються власні позиції з актуальних для міжнародної взаємодії питань. Це стосується, наприклад, позиції ЄС щодо кіберстримування, яка ще виробляється й, відповідно до стратегії кібербезпеки 2020 р. ЄС «має сприяти відповідальній поведінці держави та співробітництву в кіберпросторі, а також давати особливі вказівки щодо протидії тим кібератакам, які мають найбільш значний ефект, особливо тим, що впливають на нашу критичну інфраструктуру, демократичні інститути та процеси»⁵³². Окрім того, розглядаються можливості подальших варіантів обмежувальних заходів у рамках набору інструментів у сфері кібердипломатії і режим горизонтальних санкцій проти кібератак.

У стратегії ЄС надалі зміцнить свій набір інструментів ЄС із кібернетичної дипломатії (сукупність дипломатичних практик, що стосуються широко визначеного управління кіберпростором) для забезпечення її функціонування на регулярній основі, подальшого інтегрування інструментарію кібердипломатії в кризові механізми ЄС, забезпечення синергії в зусиллях щодо протидії гібридним загрозам, дезінформації та зовнішнього втручання в рамках Спільної рамки протидії гібридним загрозам⁵³³.

Зовнішній вимір нової стратегії кібербезпеки ЄС заснований на традиційно прагматичному підході, що полягає в продовженні співпраці з міжнародними партнерами для просування політичної моделі та свого бачення кіберпростору, заснованого на верховенстві права, правах людини, основних свободах та демократичних цінностях задля соціального, економічного та політичного розвитку.

Засади зовнішньої політики у кіберсфері вперше визначено в Стратегії кібербезпеки від 2013 р. і відповідно у документі Ради ЄС від 2018 р.⁵³⁴. А принципи підходу ЄС до кібердипломатії на глобальному рівні, визначені у Висновках Ради щодо кібердипломатії 2015 р.⁵³⁵.

⁵³² JOINT COMMUNICATION TO THE EUROPEAN PARLIAMENT AND THE COUNCIL The EU's Cybersecurity Strategy for the Digital Decade. European Commission. Brussels, 16.12.2020. JOIN (2020) 18 final. URL: https://ec.europa.eu/newsroom/dae/document.cfm?doc_id=72164

⁵³³ JOINT COMMUNICATION TO THE EUROPEAN PARLIAMENT AND THE COUNCIL Joint Framework on countering hybrid threats. European Commission. Brussels. 6.4.2016. JOIN (2016) 18 final. URL: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:52016JC0018&from=EN>

⁵³⁴ EU External Cyber Capacity Building Guidelines. Council of the European Union. Brussels. 26 June 2018. URL: <https://data.consilium.europa.eu/doc/document/ST-10496-2018-INIT/en/pdf>

⁵³⁵ Council Conclusions on Cyber Diplomacy. Council of the European Union. Brussels. 11 February 2015. URL: <https://data.consilium.europa.eu/doc/document/ST-6122-2015-INIT/en/pdf>

Основні цінності й принципи ЄС щодо кібербезпеки визначено в Стратегії кібербезпеки ЄС 2013 р.⁵³⁶

- наявне міжнародне право та норми застосовуються в кіберпросторі;
- кіберпростір заснований на правах, з гарантіями захисту основних прав і свобод;
- ЄС просуває демократичну й ефективну модель управління інтернетом із залученням багатьох зацікавлених сторін;
- ЄС підтримує принципи відкритого доступу до інтернету для всіх, забезпечуючи цілісність інфраструктури, обладнання, програмного забезпечення та послуг;
- спільна відповідальність, що передбачає залучення й партнерство між органами державної влади, приватним сектором та громадянами;
- сприяння міжнародній співпраці.

У новій стратегії кібербезпеки ЄС (2020 р.) є розділ «Розвиток глобального і відкритого кіберпростору», у якому визначено такі пріоритети в цій сфері політики:

- забезпечення лідерства ЄС щодо стандартів, норм і рамок у кіберпросторі, зокрема активізація міжнародної стандартизації, сприяння відповідальній поведінці держав у кіберпросторі, просування Будапештської конвенції про кіберзлочинність;
- співпраця з партнерами та спільнотою багатьох зацікавлених сторін;
- зміцнення глобального потенціалу для підвищення глобальної стійкості.

Активізація діяльності у сфері міжнародних стандартизаційних процесів та лідерство в них пояснюється технологічними й економічними перевагами тих акторів, хто отримує пріоритет у розробці й затвердженні таких стандартів, а також тим, що міжнародна стандартизація все частіше використовується третіми країнами для просування своїх політичної й ідеологічної програм, зокрема спираючись на розробки в таких сферах, як штучний інтелект, хмарні й квантові обчислення та квантова комунікація, що часто не відповідає цінностям ЄС (наприклад, перспективні технологічні розробки Китаю в зазначених сферах застосовуються для обмеження свободи слова, громадянських і політичних прав)⁵³⁷.

Також нова кіберстратегія орієнтована на продовження курсу співпраці з міжнародними партнерами для просування концепції глобального, відкритого, стабільного та безпечного кіберпростору, де поважається міжнародне право,

⁵³⁶ JOINT COMMUNICATION TO THE EUROPEAN PARLIAMENT, THE COUNCIL, THE EUROPEAN ECONOMIC AND SOCIAL COMMITTEE AND THE COMMITTEE OF THE REGIONS Cybersecurity Strategy of the European Union: An Open, Safe and Secure Cyberspace. JOIN/2013/01 final. URL: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=celex%3A52013JC0001>

⁵³⁷ Wakefield Jane (2021). AI emotion-detection software tested on Uyghurs. *BBC News*. 26 May. URL: <https://www.bbc.com/news/technology-57101248>

зокрема Статут ООН, а також добровільні необов'язкові норми, правила та принципи відповідальної поведінки держав у кіберпросторі відповідно до доповідей Групи урядових експертів у галузі інформації та телекомунікацій в контексті міжнародної безпеки, схвалених Генеральною Асамблеєю ООН. Очевидно, у загальних рисах така позиція відповідає й консенсусному звіту Робочої групи відкритого складу 2021 р.⁵³⁸

Із загостренням багатосторонніх дебатів із питань міжнародної безпеки в кіберпросторі, зокрема після представлення конкуруючих проєктів резолюції ГА ООН у 2018 р. Росією й США, виникла очевидна необхідність, зайняття Європейським Союзом і державами-членами більш активної позиції в дискусіях в ООН та на інших відповідних міжнародних форумах. ЄС має найкращі можливості для просування, координації та закріплення позицій держав – членів на міжнародних форумах, а також, як зазначено в Стратегії кібербезпеки 2020 р., «...має виробити позицію ЄС щодо застосування міжнародного права в кіберпросторі»⁵³⁹.

Ще одним пріоритетом стратегії зазначено підтримку Будапештської конвенції Ради Європи про кіберзлочинність. ЄС заявляє про підтримку третіх країн, які бажають приєднатися до Конвенції, а також про необхідність доопрацювання Другого додаткового протоколу, що включає заходи та гарантії для покращення міжнародної співпраці між правоохоронними й судовими органами, а також між органами влади та постачальниками послуг в інших країнах. Водночас Євросоюз виступає проти створення нового правового інструменту щодо кіберзлочинності на рівні ООН, ініційованого Росією (проєкт конвенції ООН «Про співпрацю в сфері протидії інформаційній злочинності», який «ризикує посилити розбіжності та вповільнити настільки необхідні національні реформи й зусилля з розбудови спроможності, що потенційно може перешкоджати ефективному міжнародному співробітництву у сфері боротьби з кіберзлочинністю: ЄС не бачить необхідності в будь-якому новому правовому інструменті щодо кіберзлочинності на рівні ООН»⁵⁴⁰).

Відповідно до розглянутих вище пріоритетів міжнародної співпраці в Стратегії кібербезпеки ЄС сформульовано й низку стратегічних ініціатив:

– визначення переліку цілей у процесах міжнародної стандартизації та їх просування на міжнародному рівні;

⁵³⁸ Open-ended working group on developments in the field of information and telecommunications in the context of international security. Final Substantive Report. A/AC.290/2021/CRP.2. 10 March 2021. URL: <https://front.un-arm.org/wp-content/uploads/2021/03/Final-report-A-AC.290-2021-CRP.2.pdf>

⁵³⁹ JOINT COMMUNICATION TO THE EUROPEAN PARLIAMENT AND THE COUNCIL. The EU's Cybersecurity Strategy for the Digital Decade. *European Commission*. Brussels. 16.12.2020. JOIN (2020) 18 final. URL: https://ec.europa.eu/newsroom/dae/document.cfm?doc_id=72164

⁵⁴⁰ JOINT COMMUNICATION TO THE EUROPEAN PARLIAMENT AND THE COUNCIL. The EU's Cybersecurity Strategy for the Digital Decade. *European Commission*. Brussels. 16.12.2020. JOIN (2020) 18 final. URL: https://ec.europa.eu/newsroom/dae/document.cfm?doc_id=72164

- підвищення міжнародної безпеки й стабільності в кіберпросторі, зокрема через пропозицію ЄС і його держав-членів Програми дій щодо сприяння відповідальній поведінці держав у кіберпросторі (PoA) в ООН;
- пропозиція практичних рекомендацій щодо застосування прав людини й основних свобод у кіберпросторі;
- кращий захист дітей від сексуального насильства та експлуатації, а також Стратегія з прав дитини;
- зміцнення й просування Будапештської конвенції про кіберзлочинність, у тому числі шляхом роботи над Другим додатковим протоколом до Будапештської конвенції;
- розширення кібердіалогу ЄС із третіми країнами, регіональними й міжнародними організаціями, у тому числі через неформальну мережу кібердипломатії ЄС;
- посилення обміну зі спільнотою багатьох зацікавлених сторін, зокрема шляхом регулярних і структурованих обмінів із приватним сектором, науковими колами та громадянським суспільством;
- пропозиція програми розбудови зовнішнього кіберпотенціалу ЄС і Ради з розбудови кіберпотенціалу ЄС.

Із зазначеного виокремимо ініціативу щодо Програми дій на рівні ООН. У жовтні 2020 р. Франція з Єгиптом і 40 інших держав (Аргентина, Колумбія, Еквадор, Габон, Грузія, Японія, Марокко, Норвегія, Сальвадор, Сингапур, Республіка Корея, Республіка Молдова, Республіка Північна Македонія, Сполучене Королівство, ЄС та його держави-члени) запропонували програму дій (ПД/PoA)⁵⁴¹ для просування відповідальної поведінки держав у кіберпросторі. У світлі багаторічної конкуренції між російсько-китайським і західним підходами до інформаційної безпеки/безпеки кіберпростору це виглядало як спроба подолати роздвоєність дискусій із кіберпитань в ООН у рамках чинних переговорних треків – Групи урядових експертів (UN GGE) та Робочої групи відкритого складу (OEWG). Ця ініціатива оформлена не у вигляді проєкту резолюції, а як записка, опублікована в рамках OEWG. Її основним прихильником, очевидно, є Франція, підтримана ЄС і всіма його членами, а також низкою держав, орієнтованих переважно на підтримку західного підходу в питаннях кібербезпеки. Ці країни заявляють, що вони хотіли б, замість розділеної між GGE та OEWG дискусії, бачити один постійний форум, який би займався питаннями використання державами ІКТ у контексті міжнародної безпеки.

Заснований цими сторонами «Постійний форум ООН для розгляду питання використання ІКТ державами в контексті міжнародної безпеки» передбачає, що PoA повинен діяти «в єдиному, довгостроковому, інклюзивному та орієнтованому на прогрес форматі»; чії умови можуть бути

⁵⁴¹ The future of discussions on ICTs and cyberspace at the UN. Updated version: 10/08/2020. URL: <https://front.un-arm.org/wp-content/uploads/2020/10/joint-contribution-poa-future-of-cyber-discussions-at-un-10-08-2020.pdf>

обговорені поточними GGE й OEWG, тоді як упровадження та подальші заходи можуть бути згодом схвалені Генеральною Асамблеєю ООН. Відповідно до пропозиції, РоА може «створити рамки та політичні зобов'язання» на основі наявних міжнародних рамок, тобто рекомендацій, норм і принципів, які вже узгоджені, зокрема у звіті UN GGE 2015 р. РоА має сприяти посиленню співробітництва, а також ініціювати консультації з іншими зацікавленими сторонами, регіональними організаціями та установами ООН, а також залучати інші зацікавлені сторони.

У Стратегії кібербезпеки ЄС 2020 р., яка побачила світ майже відразу після згаданої вище ініціативи щодо РоА, існує безпосередня прив'язка до останньої. ЄС оголошує про просування консенсусної пропозиції відповідно до Програми дій щодо покращення відповідальної поведінки держав у кіберпросторі, в ООН. Спираючись на доробок GGE 2015, 2013 та 2010 рр., схвалений Генеральною Асамблеєю ООН, ЄС підтримує пропозицію платформи для співпраці й обміну кращими практиками в рамках ООН, а також пропонує створити механізм для впровадження на практиці норм відповідальної поведінки держав.

Відповідно до західного (демократичного) підходу до розвитку кіберпростору, ЄС ставить такі стратегічні цілі: протидіяти цензурі, масовому стеженню, порушенню конфіденційності даних та репресіям проти громадянського суспільства й громадян із застосуванням ІКТ, лідируючи у сфері захисту та просування прав людини й основних свобод в інтернеті. Із цією метою Союз повинен сприяти подальшому дотриманню міжнародного законодавства та стандартів у сфері прав людини, зокрема Статуту ООН і Загальної декларації прав людини, а також упроваджувати в життя прийнятий у ЄС у листопаді 2020 р. План дій із прав людини та демократії на 2020–2024 рр.⁵⁴²

Стратегія кібербезпеки ЄС передбачає створення Порядку денного розбудови зовнішнього кіберпотенціалу ЄС. Відповідно до прийнятих у 2018 р. керівних напрямів⁵⁴³, для його розробки «створення кіберпотенціалу стає однією з найважливіших тем у порядку денному міжнародної кіберполітики». А розбудова кіберпотенціалу третіх країн за участі ЄС передбачає «систематичні зусилля з партнерами країн і відповідних організацій для покращення національних, інституційних та організаційних можливостей, які покращують стійкість критичних цифрових послуг і мереж, а також захист критичної інформаційної інфраструктури; підтримку реформ кримінального правосуддя у сфері кіберзлочинності; боротьбу із застосуванням інтернету в терористичних цілях; удосконалення навичок та компетенцій кібербезпеки; сприяння підвищенню обізнаності й ефективній співпраці з цих питань на

⁵⁴² EU Action Plan on Human Rights and Democracy 2020-2024. *Council of the European Union*. Brussels. 18 November 2020. URL: <https://www.consilium.europa.eu/media/46838/st12848-en20.pdf>

⁵⁴³ EU External Cyber Capacity Building Guidelines. *Council of the European Union*. Brussels. 26 June 2018. URL: <https://data.consilium.europa.eu/doc/document/ST-10496-2018-INIT/en/pdf>

національному, регіональному та міжнародному рівнях»⁵⁴⁴. Також передбачено посилення цивільних аспектів Спільної політики безпеки й оборони шляхом уключення в неї заходів з кібербезпеки із акцентом на зміцнення стійкості та можливості третіх країн.

Для практичної реалізації своїх цілей у сфері розвитку зовнішнього кіберпотенціалу ЄС у 2019 р. утворено мережу EU CyberNet⁵⁴⁵, яка повинна посилити глобальну реалізацію, координацію й узгодженість проєктів Європейського Союзу щодо створення кіберпотенціалу та можливості Європейського Союзу надавати технічну допомогу третім країнам у сфері кібербезпеки й кіберзлочинності. Необхідність такої мережі стала актуальною після безпрецедентних за масштабами глобальних атак зловмисного програмного забезпечення навесні 2017 р., коли у комюніке «Стійкість, стримування, оборона: створення міцної кібербезпеки для ЄС»⁵⁴⁶, Комісія закликала створити мережу ЄС із розбудови кіберпотенціалу, яка підтримуватиме поточні й майбутні зусилля ЄС у сфері кібернетичного потенціалу в третіх країнах. Із запуском CyberNet ЄС мав намір за чотири роки досягти чотирьох основних результатів, як-от: створення мережі експертів і зацікавлених сторін у сфері кібербезпеки, розробка технічної платформи, забезпечення навчання та допомоги й перетворення на центр знань про зовнішні відносини ЄС у сфері кібербезпеки.

Пріоритетними для ЄС у цьому аспекті є країни Західних Балкан, держави сусідства, а також країни-партнери, які демонструють швидкий цифровий розвиток. Зокрема, у рамках EU CyberNet розпочато діяльність щодо розбудови потенціалу на Африканському континенті й у Латинській Америці для розробки законодавства та політики країн-партнерів у взаємозв'язку з відповідною політикою й стандартами ЄС у сфері кібернетичної дипломатії.

Важливого значення ЄС надає співпраці з питань безпеки кіберпростору та з регіональними організаціями, такими як Африканський союз, Регіональний форум АСЕАН, Організація американських держав й ОБСЄ, а також з іншими партнерами, із питань, що становлять спільний інтерес. Поставлено мету – за участі представництв ЄС, а також посольств держав-членів у всьому світі створити неформальну мережу ЄС із кібернетичної дипломатії для популяризації європейського бачення кіберпростору, обміну інформацією та координації щодо подій у кіберпросторі.

⁵⁴⁴ EU External Cyber Capacity Building Guidelines. *Council of the European Union*. Brussels. 26 June 2018. URL: <https://data.consilium.europa.eu/doc/document/ST-10496-2018-INIT/en/pdf>

⁵⁴⁵ EU CyberNet – the bridge to cybersecurity expertise in the European Union. URL: <https://www.eucybernet.eu/>

⁵⁴⁶ JOINT COMMUNICATION TO THE EUROPEAN PARLIAMENT AND THE COUNCIL Resilience, Deterrence and Defence: Building strong cybersecurity for the EU. *European Commission*. Brussels, 13.9.2017. JOIN (2017) 450 final. URL: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:52017JC0450&from=EN>

Особливо важливою для ЄС є співпраця з НАТО, із якою в 2016 р. підписано Спільну декларацію⁵⁴⁷, щоб надати нового імпульсу та нової сутності стратегічному партнерству ЄС–НАТО, зокрема й у сферах протидії гібридним загрозам, кібербезпеки й оборони. Наступні декларації підписано у 2018 р. й на початку 2023 р. На основі мандату Спільної декларації 2016 р. Європейський Союз та НАТО створили спільний набір пропозицій щодо її імплементації, який схвалено Радами ЄС і НАТО в грудні 2016 р. У сфері кібербезпеки та оборони оголошено про розширення координації, включаючи контекст місій і операцій, навчань та освіти, а також щодо сумісності у сфері кіберзахисту. Також серед напрямів співпраці – підвищення здатності протидіяти гібридним загрозам, у тому числі шляхом посилення стійкості, спільної роботи над аналізом, запобіганням і раннім виявленням шляхом своєчасного обміну інформацією, співпраця у сфері стратегічної комунікації та реагування. У декларації 2023 р. зазначено таке: «Ми досягли відчутних результатів у протидії гібридним і кіберзагрозам Оскільки загрози безпеці й виклики, із якими ми стикаємося, розвиваються за масштабами, ми введемо наше партнерство на новий рівень на основі нашої багаторічної співпраці. Ми будемо й надалі зміцнювати наше співробітництво в наявних сферах, а також розширювати та поглиблювати наше співробітництво, зокрема, для вирішення зростаючої геостратегічної конкуренції, проблем стійкості, захисту критичної інфраструктури, нових і революційних технологій, космосу, наслідків зміни клімату для безпеки, а також маніпулювання й втручання іноземної інформації»⁵⁴⁸.

У сфері кібербезпеки та оборони оголошено про розширення координації, включаючи контекст місій і операцій, навчань й освіти, а також щодо сумісності у сфері кіберзахисту. Також серед напрямів співпраці – підвищення здатності протидіяти гібридним загрозам, у тому числі шляхом посилення стійкості, спільної роботи над аналізом, запобіганням і раннім виявленням шляхом своєчасного обміну інформацією, співпраця у сфері стратегічної комунікації й реагування. Okремо відзначимо роботу ЄС щодо розвитку напрямку кібероборони в царині спільної політики безпеки та оборони (CSDP). У 2014 р. прийнято рамки політики ЄС стосовно кібероборони (CDPF), оновлені у 2018 р.⁵⁴⁹. Документ містить основи для протидії кіберзагрозам і визначає аспекти кіберзахисту Стратегії ЄС із кібербезпеки, роз'яснює ролі різних європейських суб'єктів і визначає пріоритетні напрями кіберзахисту CSDP, зокрема сприяння цивільно-військовому узгодженню з кіберполітикою

⁵⁴⁷ JOINT DECLARATION BY THE PRESIDENT OF THE EUROPEAN COUNCIL, THE PRESIDENT OF THE EUROPEAN COMMISSION, AND THE SECRETARY GENERAL OF THE NORTH ATLANTIC TREATY ORGANIZATION. URL: <https://www.consilium.europa.eu/media/21481/nato-eu-declaration-8-july-en-final.pdf>

⁵⁴⁸ Joint Declaration on EU-NATO Cooperation. European Council. *Press release*. 10 January 2023. URL: <https://www.consilium.europa.eu/en/press/press-releases/2023/01/10/eu-nato-joint-declaration-10-january-2023/>

⁵⁴⁹ EU Cyber Defence Policy Framework (2018 update). *Council of the European Union*. Brussels. 19 November 2018. URL: <https://data.consilium.europa.eu/doc/document/ST-14413-2018-INIT/en/pdf>

ЄС, установами ЄС та приватним сектором і з відповідними міжнародними партнерами, зокрема НАТО. У CDPF кіберпростір визначено сферою операцій CSDP, а також наголошено на необхідності забезпечення кібербезпеки критично важливих космічних інфраструктур, що належать до компетенції відповідних програм і відомств. У Кіберстратегії 2020 р. відзначено необхідність перегляду Рамкової політики у сфері кібероборони (CDPF) для того, щоб «кібербезпека й кіберзахист ще більше інтегрувалися в ширшу програму безпеки й оборони»³⁴⁵. Важливим стратегічним напрямом є покращення співпраці між державами-членами щодо виявлення та реагування на кіберінциденти, зокрема за допомогою відповідних осередків мережі Military CERT-Network. Перспективним інструментом для розвитку співпраці між державами-членами з питань кіберзахисту є PESCO, програма Постійного структурованого співробітництва держав-членів ЄС, спрямована на тіснішу співпрацю у сфері безпеки й оборони, у рамках Глобальної стратегії ЄС із зовнішньої політики й політики безпеки.

Цивільний захист, гуманітарна допомога та миротворча діяльність як складові частини стратегічних комунікацій ЄС

Наталія КАРПЧУК

Цивільний захист

Із 1958 до 2010 рр. в Європі існував оборонний союз (у Маастрихтському договорі визначався як «оборонний компонент ЄС») – Західноєвропейський Союз (ЗЄС), який згодом інтегрувався до ЄС у міру того, як розбудовувалися спільна зовнішня й безпекова політика ЄС.

За нових умов завершення холодної війни, ЗЄС змушений був певним чином змінювати свої пріоритети та переглядати військову доктрину, яка вже не могла бути зорієнтована лише на широкомасштабні військові дії. У червні 1992 р. Рада міністрів країн Західноєвропейського Союзу, засідання якої відбувалося в готелі «Петерсберг» поблизу Бонна, визначила «Петерсберзькі завдання» (Petersberg tasks⁵⁵⁰) – завдання Європейського Союзу в галузі оборони та безпеки.

На цій зустрічі держави-члени висловили готовність надати для виконання воєнних операцій під егідою ЗЄС військові підрозділи всіх своїх традиційних родів військ. Визначено, що збройні сили ЗЄС можна залучати для виконання таких завдань, як:

- гуманітарно-рятувальні;
- із запобігання конфліктам і підтримання миру;

⁵⁵⁰ Petersberg tasks. *EUR-Lex*. 2022. URL: <https://eur-lex.europa.eu/EN/legal-content/glossary/petersberg-tasks.html>

- завдання бойових сил у врегулюванні кризових ситуацій, у тому числі миротворча діяльність;
- спільні операції з роззброєння;
- поради й допомога у військовій сфері;
- завдання постконфліктної стабілізації.

Амстердамський договір уключив «Петерсберзькі завдання» до Договору про Європейський Союз (стаття 17). Вони становлять невіддільну частину європейської оборонної та безпекової політики.

*Комітет із цивільних аспектів урегулювання кризових ситуацій*⁵⁵¹ (CIVCOM – Committee for Civilian Aspects of Crisis Management) (рішення про створення CIVCOM прийнято у 2000 р. Радою ЄС) є дорадчим органом у Європейському Союзі, що займається цивільними аспектами врегулювання кризових ситуацій. Тому діяльність CIVCOM є частиною Спільної зовнішньої політики й політики безпеки (СЗПБ) ЄС. CIVCOM складається з представників держав-членів ЄС. Діяльність CIVCOM для цивільних завдань СЗПБ відбувається паралельно з діяльністю Військового комітету Європейського Союзу для військових завдань СЗПБ.

CivCom консулює Комітет із політики та безпеки щодо цивільних аспектів урегулювання криз, зокрема:

- готує документи щодо планування нових місій,
- дає рекомендації Комітету з питань політики та безпеки,
- займається розробкою стратегій цивільного управління кризою й цивільного потенціалу.

Щоразу, коли відбувається катастрофа чи надзвичайна ситуація з гуманітарними проблемами, ЄС надає допомогу постраждалим країнам і населенню.

Відповідно до чотирьох принципів, заснованих на міжнародному гуманітарному праві, гуманітарна допомога ЄС⁵⁵²:

- звертається до людських страждань, приділяючи особливу увагу найуразливішим групам людей, дотримуючись гідності всіх жертв (гуманність);
- не виступає за жодну сторону в конфлікті (нейтралітет);
- надається винятково на основі потреб, без будь-якої дискримінації (неупередженість);
- не залежить від будь-якого порядку денного, будь-якого політичного, економічного, військового чи іншого (незалежність).

Гуманітарні дії ЄС також утілюють принцип солідарності, установлений у Лісабонському договорі, де зазначено, що ЄС надаватиме сприяння, допомогу та захист жертвам природних і техногенних катастроф та заохочуватиме

⁵⁵¹ Committee for Civilian Aspects of Crisis Management (CivCom). *European Council*. 2022. URL: <https://www.consilium.europa.eu/en/council-eu/preparatory-bodies/committee-civilian-aspects-crisis-management/>

⁵⁵² About European Civil Protection and Humanitarian Aid Operations. *European Commission*. 2022. URL: https://civil-protection-humanitarian-aid.ec.europa.eu/who/about-echo_en

співпрацю держав-членів у досягненні цієї мети (Лісабонський договір, статті 196⁵⁵³ і 214⁵⁵⁴).

Цивільний захист та гуманітарна допомога є взаємодоповнюваними. Стосовно гуманітарної допомоги, то *Генеральний директорат цивільного захисту й гуманітарної допомоги Європейської комісії (DG ECHO)*⁵⁵⁵ ділиться компетенцією з країнами-членами ЄС і разом вони є одними із провідних світових гуманітарних донорів. Стосовно цивільного захисту, то ЄС бере на себе допоміжну роль, координуючи добровільні внески натуральної допомоги країн-учасниць Механізму цивільного захисту ЄС. *Механізм цивільного захисту ЄС (Civil Protection Mechanism)*⁵⁵⁶ створено Європейською комісією в жовтні 2001 р. Він спрямований на зміцнення співпраці між країнами ЄС і вісьма державами-учасницями з питань цивільного захисту для покращення запобігання, готовності та реагування на катастрофи.

Директорат із питань цивільного захисту й гуманітарної допомоги надає допомогу людям, які потребують, із 1992 р. Гасло Директорату: «Ми мобілізуємо людей і ресурси, щоб створювати, курувати, осмислювати та використовувати знання для інформування про політику в Європі». Його щорічний гуманітарний бюджет становить трохи більше €1 млрд; щороку він допомагає мільйонам людей по всьому світу.

Основна місія Генерального директорату з питань цивільного захисту та гуманітарної допомоги в Європі полягає в тому, щоб зберегти життя, попередити й полегшити людські страждання та захистити цілісність і гідність населення, яке постраждало від стихійних лих та техногенних криз. DG ECHO зі штаб-квартирою в Брюсселі й глобальною мережею офісів на місцях забезпечує швидку та ефективну доставку гуманітарної допомоги ЄС.

Масштаби й частота природних і техногенних катастроф постійно зростають. Щоб допомогти людям, які опинилися в умовах кризи, Європейський Союз підтримує швидке й скоординоване реагування на надзвичайні ситуації, а також реалізовує програми з попередження стихійних лих і підвищення готовності до них як у Європі, так і в усьому світі. *Механізм цивільного захисту ЄС*, таким чином допомагає краще захистити людей, їхнє навколишнє середовище, власність і культурну спадщину в разі великих стихійних лих.

⁵⁵³ Article 196. Consolidated version of the Treaty on the Functioning of the European Union PART THREE – UNION POLICIES AND INTERNAL ACTIONS TITLE XXIII - CIVIL PROTECTION. *Official Journal of the European Union*. 2016. URL: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX%3A12016E196>

⁵⁵⁴ Article 214. Consolidated version of the Treaty on the Functioning of the European Union PART THREE – UNION POLICIES AND INTERNAL ACTIONS TITLE XXIII - CIVIL PROTECTION. *Official Journal of the European Union*. 2016. URL: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX%3A12016E214>

⁵⁵⁵ About European Civil Protection and Humanitarian Aid Operations. *European Commission*. 2022. URL: https://civil-protection-humanitarian-aid.ec.europa.eu/who/about-echo_en

⁵⁵⁶ EU Civil Protection Mechanism. *European Commission*. 2022. URL: https://civil-protection-humanitarian-aid.ec.europa.eu/what/civil-protection/eu-civil-protection-mechanism_en

Коли масштаби надзвичайної ситуації виходять за межі можливостей реагування окремої країни, що зазнала катастрофи, така держава може отримати скоординовану допомогу від держав-учасників Механізму цивільного захисту ЄС⁵⁵⁷:

- Механізм цивільного захисту ЄС може бути активовано для всіх типів катастроф. Наприклад, спалах гарячки Ебола в Західній Африці (2014 р.), повені на Західних Балканах (2014 р.), конфлікт на Сході України (2015 р.), криза з мігрантами в Європі (2015 р.). Механізм також може бути активовано для реагування на випадки забруднення моря – у такому разі Механізм тісно співпрацює з Європейським агентством із питань морської безпеки (EMSA).

- Будь-яка країна, а також ООН, її агенції та деякі міжнародні організації можуть подавати запити про допомогу через Механізм цивільного захисту ЄС.

- Допомога у сфері цивільного захисту країнам, що постраждали внаслідок катастроф, складається з того, що можуть запропонувати держави-учасники, зокрема з допомоги в натуральній формі, груп рятувальників та обладнання. Експерти прибувають у межах операцій Механізму для оцінки потреб та координації діяльності з місцевими органами влади й міжнародними організаціями, а також для надання рекомендацій країні, що подала запит про допомогу щодо заходів із попередження та підвищення готовності до катастроф. Коли запит про допомогу у сфері цивільного захисту надходить від третіх країн, вона супроводжується гуманітарною допомогою.

- Законодавство ЄС у сфері цивільного захисту від 2013 р. звертає більше уваги на заходи з попередження та підвищення готовності до катастроф з особливим наголосом на національній оцінці ризиків і планування управління ризиками. Для посилення готовності європейських країн до катастроф у рамках Механізму створено добровільний фонд активів для реагування на катастрофи, заздалегідь виділених державами-учасницями.

Крім країн ЄС, наразі в Механізмі беруть участь шість держав-учасниць (Ісландія, Норвегія, Сербія, Північна Македонія, Чорногорія та Туреччина). Із моменту заснування у 2001 р. Механізм цивільного захисту ЄС відповів на понад 600 запитів про допомогу всередині й за межами ЄС.

Механізм також допомагає координувати діяльність національних органів влади з підготовки до стихійних лих та запобігання, а також сприяє обміну передовим досвідом. Це уможливорює безперервний розвиток вищих загальних стандартів, що дає змогу командам краще розуміти різні підходи та ефективно співпрацювати, коли трапляється лихо.

*Центр координації реагування на надзвичайні ситуації (ERCC – Emergency Response Coordination Centre)*⁵⁵⁸ – це серце оперативної діяльності Механізму цивільного захисту ЄС. Він передбачає цілодобовий моніторинг та координацію реагування на катастрофи. Центр збирає інформацію в реальному

⁵⁵⁷ Ibidem

⁵⁵⁸ Emergency Response Coordination Centre. *European Commission*. 2022. URL: https://civil-protection-humanitarian-aid.ec.europa.eu/what/civil-protection/emergency-response-coordination-centre-ercc_en

часі про катастрофи для їх раннього попередження, здійснює моніторинг загроз, готує плани для розподілу ресурсів (експертів, груп й обладнання) з добровільного фонду, співпрацює з державами-членами задля складання карти доступних активів, а також здійснює координацію зусиль ЄС у рамках реагування на катастрофи. Центр координації реагування на надзвичайні ситуації прямо пов'язаний з органами з питань цивільного захисту та гуманітарної допомоги в державах-учасниках, що забезпечують злагоджене реагування на катастрофи під егідою ЄС. Центр виконує функції цілодобового пункту зв'язку, якщо держава-член ЄС активує пункт про солідарність (ст. 222⁵⁵⁹ Договору про функціонування Європейського Союзу) або Рада ЄС активує домовленості щодо комплексного реагування на політичну кризу й забезпечує координацію зусиль ЄС з іншими службами та органами ЄС.

Центр координації реагування на надзвичайні ситуації моніторить події по всьому світу цілодобово й без вихідних та забезпечує швидке розгортання екстреної підтримки через прямий зв'язок із національними органами цивільного захисту. Спеціалізовані групи й обладнання, наприклад літаки для гасіння лісових пожеж, пошуково-рятувальні та медичні групи, можуть бути мобілізовані в короткий термін для розгортання в Європі та за її межами.

Супутникові карти, створені Службою управління надзвичайними ситуаціями Copernicus (Copernicus Emergency Management Service), також підтримують операції цивільного захисту. Copernicus надає своєчасну й точну геопросторову інформацію, яка є корисною для окреслення постраждалих територій і планування операцій із ліквідації наслідків стихійних лих.

У країнах, що розвиваються, допомога у сфері цивільного захисту зазвичай надається разом із гуманітарною допомогою ЄС. Експерти в обох сферах співпрацюють, щоб забезпечити найбільш послідовний аналіз і реагування, особливо у відповідь на складні надзвичайні ситуації.

Механізм також залучається в надзвичайні ситуації, пов'язані із забрудненням моря, у співпраці з Європейським агентством із безпеки на морі (EMSA – European Maritime Safety Agency).

Будь-яка країна світу, а також Організація Об'єднаних Націй та її агентства чи відповідна міжнародна організація можуть звернутися за допомогою до Механізму цивільного захисту ЄС. У 2021 р. Механізм задіяли 114 разів. Наприклад, для реагування на COVID-19 у Європі й в усьому світі; повені в Бельгії; лісові пожежі в Середземномор'ї, на Західних Балканах та в Австрії; репатріація з Афганістану й землетрус та ураган на Гаїті.

Як додатковий актив для Механізму, ЄС створив Європейський резерв додаткових потужностей (the “rescEU reserve”)⁵⁶⁰. Резерв rescEU уключає флот

⁵⁵⁹ Article 222. Consolidated version of the Treaty on the Functioning of the European Union PART FIVE – THE UNION'S EXTERNAL ACTION TITLE VII - SOLIDARITY CLAUSE. *Official Journal of the European Union*. 2016. URL: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX%3A12016E222>

⁵⁶⁰ rescEU. *European Commission*. 2022. URL: https://civil-protection-humanitarian-aid.ec.europa.eu/what/civil-protection/resceu_en

протипожежних літаків і гелікоптерів, літак для медичної евакуації, а також запас медичного обладнання та польові госпіталі. Зараз ЄС розвиває можливості реагування на хімічні, біологічні, радіологічні і ядерні інциденти.

Під час пандемії COVID-19 ЄС розповсюдив мільйони захисних масок, медичних рукавичок й апаратів штучної вентиляції легенів, які надходили зі стратегічних розподільних центрів rescEU, розміщених у дев'яти державах-членах ЄС, до європейських країн, котрі цього потребували.

Держави-члени ЄС та країни-учасниці Механізму можуть виділяти національні ресурси для реагування на надзвичайні ситуації до Європейського пулу цивільного захисту (ECPP – European Civil Protection Pool)⁵⁶¹. Цей пул дає змогу краще планувати й координувати дії з реагування на європейському та національному рівнях, що означає швидшу й надійнішу відповідь ЄС на катастрофи. Пул є основою Механізму.

Станом на червень 2022 р. Пул уключав 81 зареєстрований ресурс, запропонований 25 державами-членами та державами-учасницями. Ресурси можуть бути розгорнуті для операцій реагування всередині й за межами ЄС після запиту про допомогу через Механізм цивільного захисту ЄС. Європейська комісія надає фінансову підтримку потужностям, що входять до Пулу, коли вони розгортаються для операцій реагування. Ці ресурси варіюються від груп гірських рятувальників до наявності пересувних лабораторій, медичної повітряної евакуації, обладнання для очищення води тощо. Комісія покриває 75 % витрат, уключаючи транспорт, для розгортання в Європі або за її межами.

Крім того, фінансова підтримка ЄС, яка називається грантами на адаптацію, доступна для модернізації або ремонту можливостей реагування, виділених Пулу, щоб підвищити їх готовність до розгортання в рамках Механізму.

Механізм цивільного захисту ЄС направляє екстрену допомогу Україні з усієї Європи з початку повномасштабного вторгнення Росії в Україну 24 лютого 2022 р. Під час найбільшої та найтривалішої операції в історії Механізму, в Україну відправлено понад 88 000 тонн життєво важливого спорядження, продуктів харчування та медикаментів. Понад 1000 електрогенераторів, повністю профінансованих ЄС, були доставлені в Україну зі стратегічних енергетичних резервів rescEU 20 квітня 2023 р. Україна приєдналася до Механізму цивільного захисту ЄС. Як держава-член Механізму тепер надаватиме таку саму підтримку іншим країнам і людям, котрі страждають від криз⁵⁶².

⁵⁶¹ European Civil Protection Pool. *European Commission*. 2022. URL: https://civil-protection-humanitarian-aid.ec.europa.eu/what/civil-protection/european-civil-protection-pool_en

⁵⁶² Україна приєдналася до Механізму цивільного захисту ЄС. *Європейська служба зовнішньої діяльності*. 21 квіт., 2023. URL: <https://www.eeas.europa.eu/delegations/ukraine/%D1%83%D0%BA%D1%80%D0%B0%D1%97%D0%BD%D0%B0-%D0%BF%D1%80%D0%B8%D1%94%D0%B4%D0%BD%D0%B0%D0%BB%D0%B0%D1%81%D1%8F-%D0%B4%D0%BE-%D0%BC%D0%B5%D1%85%D0%B0%D0%BD%D1%96%D0%B7%D0%BC%D1%83->

Кейси допомоги ЄС постраждалим країнам

У травні 2014 р. у відповідь на спустошливі повені в Боснії та Герцеговині й Сербії задіяно Механізм цивільного захисту ЄС. Досі ці зусилля залишаються наймасштабнішою операцією ЄС із реагування на природну катастрофу, адже свою допомогу запропонували 23 країни-учасниці. У липні 2014 р. Механізм цивільного захисту ЄС приведено в дію Всесвітньою організацією охорони здоров'я, щоб допомогти обмежити розповсюдження геморагічної лихоманки Ебола. Це дало змогу швидко й скоординовано здійснити доставку предметів першої необхідності та розмістити експертів, послуги яких запропоновано державами-учасниками. Центр координації реагування на надзвичайні ситуації був також відповідальним за систему медичної евакуації міжнародних працівників сфери охорони здоров'я, що виконували діяльність у країнах, що постраждали внаслідок катастрофи.

У 2015 р. Механізм цивільного захисту ЄС активовано 26 разів. У відповідь на землетрус у Непалі (квітень 2015 р.), групу із цивільного захисту ЄС розгорнуто для проведення оцінки та координації безпосередньо після катастрофи. 17 Держав-учасниць надали підтримку Непалу через Механізм цивільного захисту ЄС, що передбачав залучення груп медичних експертів, пошуково-рятувальних груп і поставку предметів першої необхідності, таких як укриття, ліжка, ковдри, одяг, медичне обладнання та лікарські засоби. У липні 2015 р. Греція подала запит на отримання допомоги через Механізм цивільного захисту ЄС для боротьби з масштабними лісовими пожежами. У відповідь на наданий запит надіслано літаки для пожежогасіння в лісових масивах. ЄС співфінансував транспортування допомоги до Греції. Упродовж другої половини 2015 р. Угорщина, Сербія, Словенія, Хорватія й Греція надіслали запит на надання допомоги через Механізм цивільного захисту ЄС у відповідь на посиленій наплив мігрантів і біженців. Поставку допомоги узгоджував Центр координації реагування на надзвичайні ситуації. Держави-учасниці надали сімейні намети, придатні для обігріву взимку, контейнери, облаштовані для проживання, ліжка, ковдри й спальні мішки, а також санітарні блок-контейнери, дощовики, аптечки першої медичної допомоги та інші вкрай необхідні засоби й речі, що дали змогу задовольнити базові потреби найбільш уразливих верств населення.

У січні 2020 р. Євросоюз активував Механізм цивільного захисту після того, як Франція звернулася з проханням про надання допомоги в поверненні своїх громадян із Китаю через спалах коронавірусу. Франція, зокрема попросила про надання консульської підтримки громадянам ЄС у китайському місті Ухань, епіцентр спалаху захворювання. Через Механізм цивільного захисту ЄС мобілізовано два літаки для репатріації громадян ЄС із району Ухань у Європу.

Нещодавні операції з реагування з використанням ресурсів Європейського пулу цивільного захисту: 1) у серпні 2021 р. на південному заході Гаїті стався землетрус магнітудою 7,2 бала, а через кілька днів на країну обрушився тропічний шторм «Грейс». Через брак персоналу екстреної допомоги, чистої води та житла, групи цивільного захисту ЄС були негайно направлені з Європи до Порт-о-Пренса. Швеція долучилася до цих команд із п'ятьма сертифікованими членами, котрі надавали технічну допомогу й підтримку. Люксембург надав двоє сертифікованих членів, які забезпечували зв'язок у разі надзвичайних ситуацій, а Норвегія надіслала сертифікованих лікарів та експертів з охорони здоров'я – усі мобілізовані з Пулу цивільного захисту ЄС. Ця підтримка була надана на додаток до € млн гуманітарного фінансування для задоволення нагальних потреб, а також 175 тонн гуманітарного вантажу, доставленого трьома рейсами EU Humanitarian Air Bridge; 2) після сильних лісових пожеж у Греції (2021 р.) була розгорнута французька група боротьби з наземними лісовими пожежами, яка раніше сертифікована та є частиною пулу цивільного захисту ЄС. Вони боролися з пожежами разом із пожежниками з 10 інших держав-членів; 3) коли Бельгія постраждала від повені в липні 2021 р., сертифікована французька команда експертів із порятунку прибула з човнами, щоб підтримати національних рятувальників; 4) у лютому 2022 р. після того, як циклони обрушилися на Мадагаскар, модуль очищення води з Франції та бригади екстреної медичної допомоги з Польщі, які є частиною Європейського пулу цивільного захисту, були розгорнуті в рамках Механізму тощо.

У ЄС особливо наголошено на підготовці експертів. Навчальна програма для експертів із цивільного захисту з держав-членів ЄС і держав-учасниць забезпечує сумісність і взаємодоповнюваність між групами втручання, а щорічні широкомасштабні навчання тренують потенціал для конкретних катастроф. ЄС підтримує та доповнює зусилля своїх держав-членів і країн-учасниць Механізму із запобігання й готовності, зосереджуючись на сферах, де спільний європейський підхід ефективніший, ніж окремі національні дії. Вони включають оцінку ризиків стихійних лих в усьому ЄС, заохочення досліджень для сприяння стійкості до стихійних лих та посилення інструментів раннього попередження.

Європейський медичний корпус (European Medical Corps)⁵⁶³ забезпечує швидку медичну допомогу й експертизу громадського здоров'я з усіх держав-членів ЄС і країн-учасниць у надзвичайних ситуаціях у ЄС та за його межами. Розгортання координується Центром координації реагування на надзвичайні ситуації ЄС. Європейський медичний корпус об'єднує всі засоби медичного реагування, надані державами-членами Європейському пулу цивільного захисту. Після запиту про допомогу медичні можливості можуть бути використані з цього пулу та з можливостей реагування інших країн-членів.

⁵⁶³ European Medical Corps. *European Commission*. 2022. URL: https://civil-protection-humanitarian-aid.ec.europa.eu/what/civil-protection/european-medical-corps_en

Європейський медичний корпус створили у відповідь на гостру нестачу навчених медичних команд під час кризи Ебола в Західній Африці у 2014 р. Він продовжує координувати ефективну реакцію Європи на надзвичайні ситуації в галузі охорони здоров'я в рамках Механізму цивільного захисту ЄС.

Європейські експерти наголошують, що така діяльність є вкрай важливою, бо зміна клімату посилить наслідки надзвичайних ситуацій, таких як епідемії. Об'єднаний світ означає, що хвороби можуть швидше поширюватися через кордони. Під час спалаху надзвичайних ситуацій, пов'язаних зі сферою охорони здоров'я, групи медичних експертів й обладнання мають бути розгорнуті в найкоротші терміни для підтримки зусиль реагування. Негайна реакція має вирішальне значення для порятунку життів. ЄС координує медичні місії для реагування на спалахи інфекційних захворювань і надзвичайні ситуації у співпраці з усіма державами-членами ЄС та країнами-учасницями.

На сьогодні 11 держав-учасниць Механізму передали бригади екстреної медичної допомоги та їхнє обладнання Європейському медичному корпусу (Бельгія, Естонія, Чехія, Італія, Франція, Німеччина, Норвегія, Португалія, Словаччина, Іспанія й Швеція). Щоб стати частиною Європейського медичного корпусу, ЄС запровадив процес сертифікації та реєстрації, щоб переконатися, що фахівці відповідають високим стандартам, у тому числі міжнародно визнаним Всесвітньою організацією охорони здоров'я (якщо такі існують). Команди навчаються працювати разом із колегами з інших країн і відповідно до міжнародних рекомендацій.

ЄС надає гранти на модернізацію команд, щоб покращити їхню готовність, якість та доступність. Увійшовши до Пулу, ЄС покриває 75 % транспортних витрат, а також 75 % операційних витрат, якщо вони розгорнуті всередині ЄС.

Європейський медичний корпус є частиною комплексного підходу ЄС до катастроф у сфері охорони здоров'я. Нижче наведено медичні можливості, доступні через Механізм, для реагування на надзвичайні ситуації в Європі й за її межами:

1) бригади екстреної медичної допомоги (EMT – Emergency medical teams) надають безпосередню медичну допомогу постраждалим від стихійного лиха. Ці команди сертифіковані Всесвітньою організацією охорони здоров'я на відповідність стандартам якості. Наразі Норвегія, Німеччина, Бельгія, Італія, Іспанія, Португалія, Франція, Естонія та Чехія створили такі команди. Італійська, норвезька, португальська й іспанська бригади екстреної медичної допомоги були класифіковані ВООЗ, тоді як ще дев'ять інших європейських медичних команд зараз перебувають у процесі класифікації. Крім того, Німеччина надає спеціалізований польовий госпіталь для ізоляції інфекційних захворювань від Німецького Червоного Хреста;

2) мобільні лабораторії біобезпеки, розроблені та введені в дію під час кризи Ебола 2014 р. Відтоді Бельгія створила свою лабораторію B-Life (Biological Light Fieldable Laboratory) для надзвичайних ситуацій, а Німеччина – Європейську мобільну лабораторію, координовану Інститутом тропічної медицини Бернхарда-Нохта;

3) потенціал для медичної евакуації є ключовим для катастроф із масовими жертвами, які потребують евакуації громадян ЄС, а також для повернення гуманітарних і медичних працівників із зон лиха, якщо це потрібно. Зараз Швеція надає такі засоби Європейському медичному корпусу, тоді як Словаччина перебуває в процесі сертифікації своїх можливостей.

Триває робота щодо сприяння мобілізації й розгортання медичних експертів із певними профілями в рамках Механізму, таких як епідеміологи з великим досвідом роботи на місцях або спеціалісти з оцінки опіків, щоб допомогти оцінити відповідний рівень лікування великої кількості пацієнтів.

Гуманітарна допомога ЄС

Гуманітарна допомога ЄС ґрунтується на згаданих вище гуманітарних принципах. На рівні ЄС гуманітарні принципи закріплені в *Європейському консенсусі щодо гуманітарної допомоги*, підписаному в грудні 2007 р Радою ЄС, Європейським парламентом і Європейською комісією. Консенсус є основною структурою, яка керує політикою гуманітарної допомоги ЄС, забезпечуючи спільне бачення та принципи, а також практичний підхід. Він забезпечує відповідність дій Департаменту цивільного захисту й гуманітарної допомоги Європейської комісії гуманітарним принципам і надання гуманітарної допомоги тим, хто її найбільше потребує.

Європейський консенсус щодо гуманітарної допомоги (European Consensus on Humanitarian Aid)⁵⁶⁴ окреслює рамки політики для ЄС під час дій у відповідь на гуманітарні кризи. Консенсус визначає, чому, як і коли діє ЄС.

Головними цілями гуманітарної діяльності, закріпленими в Консенсусі, є:

- збереження життя,
- запобіганням та полегшенням їх страждань,
- допомога в збереженні людської гідності перед обличчям природних небезпек і катастроф, спричинених діяльністю людини.

Дії варіюють від готовності та зменшення ризику стихійних лих, реагування на надзвичайні ситуації, допомоги в затяжних кризах до раннього відновлення й зв'язку з партнерами з розвитку. Консенсус також визначає умови використання можливостей цивільного захисту й військових засобів у реагуванні на надзвичайні ситуації.

У Повідомленні ЄК до ЄП та Ради (2021 р.) про гуманітарну діяльність ЄС⁵⁶⁵ зазначено, що виклики гуманітарній діяльності значно посилилися через пандемію COVID-19. Наголошено, що гуманітарні потреби досягли найвищого рівня внаслідок відродження державних конфліктів у поєднанні з впливом зміни клімату, погіршенням довкілля, глобальною міграцією населення та

⁵⁶⁴ European Consensus on Humanitarian Aid. *European Commission*. 2022. URL: https://civil-protection-humanitarian-aid.ec.europa.eu/who/european-consensus_en

⁵⁶⁵ Communication from the Commission to the European Parliament and the Council on the EU's humanitarian action: new challenges, same principles. *European Council*. 2021. URL: <https://ec.europa.eu/echo/files/aid/hacommunication2021.pdf>

невдалим управлінням. У 2021 р. 150 млн людей потрапили в крайню бідність вчерез пандемію. До 2050 р. понад 200 млн осіб можуть щороку потребувати гуманітарної допомоги внаслідок катастроф, пов'язаних із кліматом і соціально-економічним впливом його зміни.

У Повідомленні ЄС зобов'язується надалі сприяти розвитку та впровадженню інноваційних рішень, які надають більш ефективну, рентабельну, екологічно чисту та кліматостійку допомогу; сприяти розв'язанню проблем управління, поважаючи основні права населення, беручи до уваги нерівність, надаючи доступ до базових послуг, правосуддя, економічні можливості й безпеку, а також боротьбу з викликами, спровокованими зміною клімату.

ЄС – держави-члени та установи ЄС – належать до провідних донорів гуманітарної допомоги у світі. Європейська комісія надає гуманітарну допомогу з 1992 р. в понад 110 країнах, щороку охоплюючи мільйони людей по всьому світу. Гуманітарна допомога, що фінансується ЄС, надається в партнерстві з агентствами ООН, міжнародними організаціями й неурядовими організаціями. Гуманітарна допомога ЄС охоплює такі сфери, як їжа та харчування, житло, охорона здоров'я, водопостачання, санітарія й освіта в надзвичайних ситуаціях. Велика мережа експертів із гуманітарних питань у понад 40 країнах світу ретельно стежить за кризовими ситуаціями та операціями з надання допомоги.

Сфери гуманітарної допомоги:

1. Розбудова потенціалу (capacity building)⁵⁶⁶ зміцнює здатність гуманітарного сектору ефективно надавати допомогу. Його мета – допомогти організаціям адаптуватися до останніх подій у секторі, покращити якість реагування, перевірити нові підходи або прийняти нові способи роботи, розширити інновації й покращити співпрацю та колективне реагування на кризи. Завдяки зміцненню спроможності гуманітарні організації обмінюються знаннями, передовим досвідом, щоб краще й швидше реагувати на надзвичайні ситуації. Скоординована та взаємодоповнювальна робота дасть їм змогу ефективно та результативно реагувати на гуманітарні потреби.

Упродовж останніх десятиліть з'явилися нові виклики для гуманітарного сектору, а саме:

- затяжні конфлікти,
- масові порушення міжнародного гуманітарного права,
- звуження гуманітарного простору,
- посилення присутності озброєних недержавних формувань,
- надзвичайні ситуації, що повторюються через зміну клімату й бідність,
- дефіцит ресурсів для населення світу, яке постійно зростає,
- посилення урбанізації,
- велика кількість переміщених осіб.

⁵⁶⁶ Capacity building. *European Commission*, 2022, https://civil-protection-humanitarian-aid.ec.europa.eu/what/humanitarian-aid/capacity-building_en

Спроможність гуманітарних організацій доставляти допомогу традиційними засобами розтягнута до межі (звуження гуманітарного простору). Незважаючи на те, що фінансування гуманітарної допомоги значно збільшено за останні кілька років, глобальні потреби зросли непропорційно. За оцінками ООН, у 2022 р. 274 млн людей потребуватимуть гуманітарної допомоги. Це майже на 40 млн більше, ніж за оцінками 2021 р.⁵⁶⁷ Отже, збільшується розрив між гуманітарними потребами та ресурсами, доступними в усьому світі. ЄК допомагає збільшити потенціал реагування й формувати управління міжнародною гуманітарною системою через фонди Розширеного потенціалу реагування (ERC). У 2022 р. виділено €19,8 млн на фонди ERC.

2. Грошові перекази⁵⁶⁸ – це допомога у формі грошей, тобто фізичної валюти або електронної готівки. Під час багатьох гуманітарних криз товари можуть бути доступні на ринку, але постраждале населення втратило засоби їх придбати. У таких випадках грошові перекази можуть надавати тим, хто цього найбільше потребує. Грошові перекази часто ефективніші та дієвіші, ніж інші форми допомоги. Бенефіціари можуть самостійно вирішувати, як використовувати гроші згідно з власними пріоритетами. ЄС має зобов'язання застосовувати готівку в гуманітарних ситуаціях, де це уможливорює контекст.

3. Зміна клімату⁵⁶⁹ є серйозною загрозою для найбільш вразливих країн світу. Серед найпоширеніших наслідків є – відсутність продовольчої безпеки й дефіцит води (екстремальна погода загрожує сільськогосподарським ресурсам; відсутність доступу до чистої води призводить до захворювань, які передаються через воду, і може спричинити діарею, що є однією з основних причин смерті дітей); епідемії/ризиків для здоров'я (із підвищенням температури такі хвороби, як холера, малярія та лихоманка денге, поширюються швидше і їх важче стримувати); міграція й переміщення (населення, яке постраждало від стихійних лих, залишає свої землі в пошуках притулку); конфлікт і безпека (нестача продовольства та дефіцит ключових ресурсів можуть посилити напругу в цілих регіонах, погіршуючи гуманітарну ситуацію для людей, які вже постраждали від конфлікту). 14 липня 2021 р. ЄС прийняв пропозиції, узагальнені в Європейській зеленій угоді (European Green Deal, 2019 р.): скоротити викиди парникових газів і зробити Європу першим у світі кліматично нейтральним континентом до 2050 р.

⁵⁶⁷ Ці цифри не враховували наслідки російсько-української війни 2022 р. Станом на кінець 2022 р. щонайменше 17,6 млн людей потребують багатосекторальної гуманітарної допомоги, зокрема: 6,3 млн внутрішньо переміщених осіб, 4,4 млн репатріантів і 6,9 млн людей, які впродовж усієї війни залишалися вдома (Ukraine Humanitarian Needs Overview 2023. *OCHA Services*. December 28, 2022. URL: <https://reliefweb.int/report/ukraine/ukraine-humanitarian-needs-overview-2023-issued-december-2022-enuk>).

⁵⁶⁸ Cash transfer. *European Commission*. 2022. URL: https://civil-protection-humanitarian-aid.ec.europa.eu/what/humanitarian-aid/cash-transfers_en

⁵⁶⁹ Climate change and environment. *European Commission*. 2022. URL: https://civil-protection-humanitarian-aid.ec.europa.eu/what/humanitarian-aid/climate-change-and-environment_en

4. Digitalization⁵⁷⁰: цифрові технології безпосередньо впливають на людей, які потребують гуманітарної допомоги, надаючи їм право голосу й доступ до інформації та послуг. Водночас цифровий розрив усе ще величезний (особливо за статтю та між розвиненими та найменш розвиненими країнами). Крім того, захист даних викликає особливе занепокоєння з огляду на чутливість деяких гуманітарних даних. ЄС наполягає на необхідності захисту даних і розробці загальних стандартів, одночасно забезпечуючи сумісність систем та обмін неконфіденційними даними. Мета – підвищити ефективність і результативність гуманітарної допомоги. ЄК також допомагає у фінансуванні проєктів й онлайннавчанні в період пандемії.

5. Люди з обмеженими можливостями⁵⁷¹ – ті, котрі мають тривалі фізичні, психічні, інтелектуальні або сенсорні порушення, що можуть перешкоджати їхній повній та ефективній участі в житті суспільства. Люди з обмеженими можливостями часто стикаються з перешкодами, котрі заважають повному доступу до гуманітарної допомоги й захисту. Отже, інклюзія таких людей спрямована на врахування їхніх конкретних потреб. У 2021 р. ЄС опублікував нову Європейську стратегію з питань інвалідності. Стратегія зобов'язується забезпечити належне задоволення потреб людей з обмеженими можливостями в гуманітарній допомозі, що фінансується ЄС, шляхом залучення осіб з обмеженими можливостями, співпраці з громадянським суспільством і підтримки розбудови потенціалу. Нещодавні кейси: психосоціальна підтримка дітей з обмеженими можливостями в постраждалій від кризи Східній Україні; програми доступної освіти для дітей з обмеженими можливостями в Уганді; невідкладна фізична реабілітація та освіта про мінну небезпеку в Афганістані.

6. Готовність до стихійних лих⁵⁷² охоплює заходи, які вживають уряди, організації, громади або окремі особи для кращого реагування й подолання безпосередніх наслідків стихійного лиха. Щоб зменшити втрати життя та засобів до існування, реалізують ініціативи, наприклад, у підготовці пошуково-рятувальних робіт, створенні систем раннього попередження, розробці планів на випадок надзвичайних ситуацій або накопиченні обладнання й матеріалів. Готовність до катастроф відіграє важливу роль у створенні стійкості громад.

7. Рейси гуманітарного повітряного мосту ЄС (EU Humanitarian Air Bridge flight operations)⁵⁷³ спрямовані на посилення гуманітарного реагування на надзвичайні ситуації в країнах, що перебувають у нестабільному контексті. Ці рейси доставляють гуманітарну й екстрену допомогу, транспортують

⁵⁷⁰ Digitalization. *European Commission*. 2022. URL: https://civil-protection-humanitarian-aid.ec.europa.eu/what/humanitarian-aid/digitalisation_en

⁵⁷¹ Disability inclusion. *European Commission*. 2022. URL: https://civil-protection-humanitarian-aid.ec.europa.eu/what/humanitarian-aid/disability-inclusion_en

⁵⁷² Disaster Preparedness. *European Commission*. 2022. URL: https://civil-protection-humanitarian-aid.ec.europa.eu/what/humanitarian-aid/disaster-preparedness_en

⁵⁷³ EU Humanitarian Air Bridge flight operations. *European Commission*. 2022. URL: https://civil-protection-humanitarian-aid.ec.europa.eu/what/humanitarian-aid/eu-humanitarian-air-bridge_en

гуманітарний персонал. Ініціативу спочатку створено у відповідь на транспортні обмеження, спричинені пандемією COVID-19. Гуманітарний повітряний міст ЄС – це спеціальна ініціатива, яка функціонує на основі підходу, що ґрунтується на потребах. Його реалізація об'єднує кількох учасників: Європейську комісію, держави-члени ЄС, національні органи влади країн призначення, гуманітарні організації та організації громадянського суспільства.

8. Освіта є фундаментальним правом й основною потребою дітей, які опинились у гуманітарних кризах⁵⁷⁴. Надзвичайно важливо дати їм краще майбутнє, повністю розвинути їхній потенціал, сформувати навички та захистити, щоб відновити відчуття нормальності й безпеки. Освіта є одним із найкращих інструментів для інвестування в мир, стабільність та економічне зростання. Але це також одна з найбільш недофінансованих сфер гуманітарної допомоги: лише близько 3 % світового гуманітарного фінансування виділяється на освіту. Пріоритетами ЄС у сфері безперервної якісної й безпечної освіти під час криз є партнерства для швидкої, ефективної, результативної та інноваційної реакції освіти; сприяння доступу, інклюзивності й рівності; просування освіти для миру та захисту; підтримка якісної освіти⁵⁷⁵ для кращих результатів навчання.

9. ЄС надає продовольчу допомогу⁵⁷⁵ в очікуванні / під час / після гуманітарної кризи. Вона спрямована на порятунок життя й засобів до існування, щоб запобігти масовому голоду. Завдяки гуманітарній продовольчій допомозі ЄС прагне забезпечити доступ до безпечної та поживної їжі для найбільш голодних і вразливих людей. Харчова допомога ЄС адаптується до кожної конкретної кризи та потреб різних груп, наприклад дітей до п'яти років.

10. Щороку мільйони людей змушені залишати свої домівки⁵⁷⁶ через конфлікти, насильство, порушення прав людини, переслідування, катастрофи та несприятливі наслідки зміни клімату. У 2021 р. кількість вимушено переміщених осіб продовжувала зростати, що вимагало збільшення гуманітарної допомоги. ЄС надає таку допомогу, як притулок, захист, їжа та основні послуги, зокрема охорона здоров'я, допомога в харчуванні, безпечна вода, санітарія й освіта, переказ коштів тощо.

11. Природні небезпеки та кризи, спричинені діяльністю людини, не є гендерно нейтральними: вони по-різному впливають на жінок, дівчат, хлопчиків і чоловіків⁵⁷⁷, також не нейтральні до віку. Щоб ефективно реагувати на різні потреби, гуманітарна допомога ЄС повинна враховувати стать і вік. (Наприклад, у 2019–2020 рр. гуманітарне фінансування ЄС у цій сфері

⁵⁷⁴ Education in Emergencies. *European Commission*. 2022. URL: https://civil-protection-humanitarian-aid.ec.europa.eu/what/humanitarian-aid/education-emergencies_en

⁵⁷⁵ Food assistance. *European Commission*. 2022. URL: https://civil-protection-humanitarian-aid.ec.europa.eu/what/humanitarian-aid/food-assistance_en

⁵⁷⁶ Forced displacement. *European Commission*. 2022. URL: https://civil-protection-humanitarian-aid.ec.europa.eu/what/humanitarian-aid/forced-displacement-refugees-asylum-seekers-and-internally-displaced-persons-idps_en

⁵⁷⁷ Gender-and age-sensitive aid. *European Commission*. 2022. URL: https://civil-protection-humanitarian-aid.ec.europa.eu/what/humanitarian-aid/gender-and-age-sensitive-aid_en

становило: € 56 млн на запобігання та боротьбу з гендерним насильством, €45 млн на репродуктивне здоров'я.

У листопаді–грудні 2020 р. опитування Eurobarometer щодо ставлення й обізнаності громадян ЄС про гуманітарну допомогу ЄС⁵⁷⁸ засвідчило таке:

- ³/₄ обізнані з гуманітарною допомогою ЄС, найбільшу обізнаність продемонстрували громадяни Чехії, Нідерландів і Люксембургу,

- 91 % опитаних вважають дуже важливим фінансування гуманітарної допомоги ЄС (найвищий рівень підтримки з 2010 р.),

- 74 % вважають, що гуманітарна допомога найбільш ефективна, коли координується й надається саме ЄС,

- 48 % стверджують, що фінансування має залишатися на тому самому рівні, 41 % – що треба збільшити фінансування на гуманітарну допомогу,

- дев'ять із десяти підтримують гуманітарну допомогу, яку ЄС надсилає у треті країни, уражені пандемією,

- громадяни отримують інформацію про гуманітарну діяльність ЄС з інтернету (56 % – вебсайти й блоги), із ТБ (51 %), соцмереж (21 %), друкованих медіа (20 %).

Допомога Україні з 24 лютого 2022 р.⁵⁷⁹

У 2022 р. ЄС виділив € 7,2 млрд макрофінансової допомоги від ЄС і € 620 млн бюджетної підтримки. 500 млн бюджетної підтримки є частиною внесків у рамках глобальної кампанії зі збору коштів Stand Up for Ukraine і травневої конференції високого рівня міжнародних донорів, щоб допомогти Україні задовольнити на місцях нагальні житлові й освітні потреби, а також потреби сільськогосподарської галузі. Загалом підтримка, надана або гарантована протягом року з бюджету ЄС, становить € 11,6 млрд.

Щоб і надалі підтримувати Україну, ЄС надає у 2023 р. безпрецедентний пакет підтримки в розмірі до € 18 млрд у вигляді винятково пільгових кредитів. Перший платіж у € 3 млрд зроблено в січні 2023 р.

€ 523 млн виділено на програми гуманітарної допомоги для підтримки цивільних осіб, які постраждали внаслідок війни в Україні. Із цих коштів €485 млн призначено Україні, а € 38 млн – Молдові, для допомоги людям, які рятуються від агресії. Ця гуманітарна допомога від ЄС передбачає забезпечення продуктами харчування, водою, медичними послугами, притулком та допомогою в задоволенні базових потреб таких осіб.

€330 млн євро підуть на програму екстреної допомоги, спрямовану на те, щоб забезпечити доступ до основних товарів і послуг, як-от: освіта, охорона здоров'я і їжа. Водночас вона допомагає захистити населення, як внутрішньо

⁵⁷⁸ EU Humanitarian Aid. *Special Eurobarometer* 511a. March 2021. URL: <https://europa.eu/eurobarometer/surveys/detail/2265>

⁵⁷⁹ Допомога ЄС Україні. *Європейська комісія*. 2023. URL: https://eu-solidarity-ukraine.ec.europa.eu/eu-assistance-ukraine_uk#ref-%D0%B3%D1%83%D0%BC%D0%B0%D0%BD%D1%96%D1%82%D0%B0%D1%80%D0%BD%D0%B0-%D0%B4%D0%BE%D0%BF%D0%BE%D0%BC%D0%BE%D0%B3%D0%B0

переміщених осіб, так і приймаючі громади, підтримати малі й середні підприємства та сільське господарство. Іншою важливою ціллю є відбудова дрібної цивільної інфраструктури, гарантування енергетичної безпеки й посилення кібербезпеки, свобода медіа та дії, спрямовані на запобігання дезінформації. Попередні проєкти, що ще тривають, вартістю € 192 млн, були скориговані для задоволення нагальних потреб на місцях.

Через Механізм цивільного захисту ЄС спрямовує допомогу Україні від 31 країни: від 27 держав-членів ЄС, Норвегії, Туреччини, Північної Македонії та Ісландії. Це включає такі життєво необхідні товари: ліки, продукти харчування й предмети притулку, стратегічне обладнання (пожежні машини, електрогенератори, автомобілі швидкої допомоги та мобільні лікарні).

Молдова теж увела в дію Механізм цивільного захисту ЄС для допомоги людям, які прибули з України до цієї держави. 19 держав-членів ЄС і Норвегія запропонували Молдові різноманітну допомогу, зокрема намети, гігієнічні набори та електрогенератори. Комісія також скоординувала підтримку для Польщі, Словаччини та Чехії у сфері цивільного захисту, щоб допомогти українським біженцям. Польща вже отримала допомогу через цей Механізм від Франції, Данії, Німеччини, Австрії, Бельгії, Іспанії й Норвегії: їй надається обладнання для притулків і медикаменти.

Через зростання потреб у геометричній прогресії, ЄС мобілізував для України медичне обладнання й обладнання для притулків, а також спеціалізоване обладнання з резервів rescEU, розміщених у Німеччині, Угорщині, Нідерландах, Греції, Румунії, Швеції та Данії, для реагування на ризику для громадського здоров'я (хімічні, біологічні, радіологічні і ядерні загрози). Допомога із резервів rescEU (майже € 36 млн) уключає житлові модулі, захисні костюми, дезактиватори, легеневі вентилятори, інфузійні насоси, монітори стеження за станом пацієнта, ультразвукове обладнання тощо. ЄС координує медичну евакуацію українських пацієнтів, які потребують невідкладного лікування, перевівши понад 1700 пацієнтів до лікарень в усій Європі для отримання спеціалізованої допомоги. У вересні в Жешуві (Польща) був відкритий новий центр ЄС із медичної евакуації українських пацієнтів, який запропонує безпечне розміщення пацієнтів, що прибувають з України, перш ніж вони будуть перевезені на лікування до шпиталю іншої європейської країни.

Крім того, Комісія створила логістичні центри цивільного захисту в Польщі, Румунії й Словаччині, щоб якомога швидше надавати необхідну допомогу Україні. Такі центри акумулюватимуть і розподілятимуть допомогу, яка надається в рамках Механізму цивільного захисту ЄС.

4 березня 2022 р. ЄС погодив уведення в дію Директиви про тимчасовий захист, щоб надати швидку та ефективну допомогу людям, які рятуються від війни в Україні. Усім, хто рятується від конфлікту, надають дозвіл на в'їзд до ЄС. Відповідно до цієї Директиви, такі особи отримують у ЄС тимчасовий захист, а це означає, що вони зможуть перебувати в ЄС принаймні протягом одного року й матимуть дозвіл на проживання, доступ до освіти та ринку праці.

Тимчасовий захист означає:

- право на проживання,
- доступ до ринку праці на умовах політики ринку праці держав-членів ЄС,
- забезпечення житлом,
- соціальну допомогу,
- медичну або іншу допомогу,
- діти та підлітки без супроводу мають право на призначення законних опікунів і на доступ до освіти.

У рамках заходів Європейського Союзу у відповідь на російську агресію проти України Європейська комісія та прикордонні держави-члени ЄС встановили 12 травня 2022 р. Шляхи солідарності між Україною та ЄС. Шляхи солідарності є важливими коридорами для українського аграрного експорту, а також експорту та імпорту інших товарів.

Починаючи з травня 2023 р., шляхи солідарності:

- допомогли експортувати з України пблизько 23 млн тонн сільськогосподарської продукції (зерно, олійні культури та супутні товари), що принесло Україні необхідний дохід й уможливило доставку зерна до країн, які його потребують;

- сприяли технічній підтримці України, Молдови та країн ЄС, щоб полегшити й прискорити перевезення та усунути «вузькі місця» на кордоні;

- уможливили створення передумов для укладення угоди про вантажні перевезення між Україною й Молдовою (підписана 29 червня 2022 р.), щоб полегшити транзит і перевезення між країнами.

Інші види підтримки

- В енергетичній галузі, електромережа України була синхронізована з ЄС. ЄС продовжуватиме підтримувати Україну в енергетичній галузі, забезпечуючи реверсні потоки газу в державу. Україна також зможе скористатися спільною закупівлею ЄС газу, зрідженого природного газу й водню.

- За допомогою Механізму цивільного захисту 20 європейських країн запропонували Україні понад 1300 електрогенераторів. Для покриття нагальних потреб в енергетичній галузі, на вимогу Європейської комісії, виділено € 156 млн у рамках Фонду підтримки енергетики України, створеного Енергетичним співтовариством.

- ЄС зупинив на один рік імпорتنі мита на весь український експорт до ЄС і всі антидемпінгові та захисні заходи ЄС на експорт сталі.

- Комісія закликала європейських операторів зв'язку продовжити дію угоди про зупинення або значне зниження будь-яких тарифів на роумінг для українців у ЄС.

- Від початку війни ЄС посилив невідкладну допомогу для зміцнення кіберстійкості України, надавши € 10 млн у вигляді обладнання, програмного забезпечення та іншої, пов'язаної з цим підтримки. Ще € 15 млн із пакету в розмірі €30 мільйонів євро надано для підтримки стійкої цифрової трансформації.

- ЄС надає підтримку шляхом гарантій ЄС, виданих такими фінансовими інституціями, як Європейський інвестиційний банк і Європейський банк реконструкції та розвитку. Це повинно забезпечити українському уряду можливість кредитування, а компаніям дає змогу пропонувати життєво важливі послуги.

- ЄС також підтримує боротьбу з безкарністю в Україні за допомогою проекту в розмірі € 7,5 млн для сприяння розслідуванню Міжнародним кримінальним судом військових злочинів, скоєних Росією. Спільна слідча група ЄС створена разом із Польщею, Латвією, Естонією, Словаччиною, Румунією, Литвою та Україною за підтримки Євроюсту.

Щоб відновити Україну після війни, будуть потрібні великі глобальні фінансові зусилля, очолені українською владою в тісному партнерстві з ЄС і ключовими партнерами («Велика сімка» й «Велика двадцятка»), а також із міжнародними фінансовими інституціями та міжнародними організаціями. Оголошено про намір створити міжнародну координаційну платформу – «Платформу відбудови України», яку очолюють ЄК й український уряд. Ця платформа відповідатиме за реалізацію плану відбудови, укладеного та втіленого Україною за підтримки адміністративного потенціалу й технічної допомоги з боку ЄС. Вона об'єднає партнерів та організації, які надають допомогу, уключно з державами-членами ЄС, інших дво- і багатосторонніх партнерів і міжнародні фінансові інституції. Український парламент та Європейський парламент братимуть участь як спостерігачі.

Для підтримки плану відбудови Комісія запропонувала створити Механізм RebuildUkraine як основний правовий інструмент підтримки з боку ЄС, шляхом поєднання грантів і кредитів. Він буде вбудований у бюджет ЄС, забезпечуючи прозорість, підзвітність та належне фінансове управління цією ініціативою, із чітким зв'язком з інвестиціями й реформами.

Миротворча діяльність

Відповідно до Спільної політики безпеки та оборони (СПБО) ЄС відіграє провідну роль у миротворчих операціях, запобіганні конфліктам і зміцненні міжнародної безпеки. Це невід'ємна частина комплексного підходу ЄС до врегулювання кризових ситуацій із використанням цивільних і військових сил. Майже 4000 жінок та чоловіків допомагають сприяти миру й безпеці там, де це потрібно, забезпечуючи стабільність і зміцнюючи стійкість у нестабільному середовищі. Це військові сили й цивільні експерти, відряджені державами-членами ЄС у рамках місій та операцій СПБО під керівництвом ЄС. Маючи мандати, пристосовані до потреб ситуації на місці, їх мета полягає в тому, щоб стабілізувати країни-партнери ЄС і таким чином забезпечити безпеку всередині Спільноти.

Відтоді, як у 2003 р. розпочато перші місії та операції СПБО, ЄС провів понад 37 закордонних операцій, використовуючи цивільні та військові місії й операції в кількох країнах Європи, Африки та Азії. Станом на січень 2023 р. існує 21 чинна місія й операція СПБО, 12 із яких є цивільними та дев'ять

військовими. Девіз: «Працюємо для стабільного світу й безпечнішої Європи (Working for a stable world and a safer Europe)»⁵⁸⁰.

Наразі ЄС проводить дев'ять військових місій та операцій на суші і на морі, щоб реформувати та навчати армії, допомагати у створенні безпечного середовища, боротися з піратами чи розривати мережі торговців людьми. Три з них є військовими навчальними місіями, які надають консультації й тренують місцеві сили безпеки в Малі, Сомалі та Центральноафриканській Республіці. Для зміцнення координації й співпраці на місцях у 2017 р. створено єдиний командний центр для цих військових навчальних місій – Відділ військового планування та проведення (MPCC – Military Planning and Conduct Capability). MPCC також уповноважений планувати й проводити військові місії за участю до 2500 військовослужбовців.

Фінансування цивільних місій здійснюється із загального бюджету ЄС. Фінансування військових місій здійснюється через Європейський фонд миру (European Peace Facility (EPF)), який є поза межами бюджету Союзу. Фонд дає змогу фінансувати оперативні дії в рамках Спільної зовнішньої політики й політики безпеки, які мають військові чи оборонні наслідки та, таким чином, забезпечує більшу гнучкість й ефективність операцій ЄС за кордоном.

Військові місії є лише одним з елементів інструментарію ЄС для комплексного розв'язання сучасних складних проблем безпеки. У країнах-партнерах також розгорнуто дванадцять цивільних місій, чия допомога відіграє вирішальну роль в управлінні кордонами, запобіганні конфліктам, боротьбі з організованою злочинністю та контрабандою, реформуванні секторів національної безпеки або моніторингу судової системи й верховенства права. Відділ цивільного планування та проведення (Civilian Planning and Conduct Capability (CPCC)) слугує загальним оперативним штабом для цивільних місій СПБО ЄС.

Жозеп Борель, Високий представник із питань спільної зовнішньої й безпекової політики сказав: «Дипломатія вимагає дій для успіху. Наші місії та операції є безцінною опорою для європейської безпеки й оборони. Їхня робота на землі та на континентах є яскравим прикладом дій ЄС щодо глобальної безпеки»⁵⁸¹.

Те, що відбувається за межами ЄС, безпосередньо впливає на безпеку європейських громадян. Місії й операції СПБО сприяють глобальній безпеці за кордоном і всередині Союзу. Їхня мета – допомогти запобігти або вирішити конфлікти та кризи, підвищити спроможність партнерів і, зрештою, захистити Європейський Союз та його громадян.

Рішення ЄС про розгортання місії чи операції зазвичай приймають на запит країни-партнера, до якої допомога надається й/або ґрунтується на

⁵⁸⁰ Missions and Operations. *European Union External Action*. 2022. URL: https://www.eeas.europa.eu/eeas/missions-and-operations_en#11929

⁵⁸¹ EU Missions and Operations. *European Union External Action*. 2022. URL: https://www.eeas.europa.eu/sites/default/files/documents/EU-mission-and-operation_2022-new-layout-V2.pdf

Резолюції Ради Безпеки Організації Об'єднаних Націй і завжди при повному дотриманні міжнародного права. Ці рішення враховують інтереси безпеки ЄС, стратегічні зусилля ЄС і регіональні стратегії залучення. Вони пристосовані до місцевих обставин і завдань, які потрібно виконати.

Місії та операції СПБО можуть бути відкритими для участі третіх держав.

20 вересня 2020 р. ООН та ЄС підписали на полях 75-ї сесії Генеральної Асамблеї угоду про посилення співпраці й колективного реагування в миротворчих операціях і врегулюванні криз. Угода сприятиме оперативному узгодженню та посилить взаємодоповнюваність між польовими місіями ЄС й ООН у сферах логістики, медичної підтримки та сприяння безпеці. Зокрема, ця Угода дає змогу ООН і ЄС розширити співпрацю в службах оперативної підтримки шляхом побудови взаємного розуміння відповідних процедур і структур для планування й виконання матеріально-технічної підтримки в місіях та операціях на місцях.

Рамкова угода доповнює наявні домовленості про співпрацю між двома організаціями й відображає взаємне зобов'язання ЄС та ООН щодо багатосторонності й порядку, заснованого на правилах. «Наша спільна рішучість слугує зміцненню стратегічної та оперативної співпраці у відповідь на глобальні кризи, загрози та виклики, які окремі держави не можуть подолати самотійно. Крім того, триваюча пандемія COVID-19 демонструє важливість багатосторонніх дій і те, як вони максимізують вплив на місцях»⁵⁸².

Планування й процедура проведення операцій:

▪Прийняття рішень: рішення щодо створення й запуску місій та операцій вимагають схвалення всіх держав-членів через Рішення Ради. Процес планування регулюється процедурами антикризового управління.

•Формування сил: більшість ресурсів і персоналу, необхідних для військових і цивільних місій та операцій, забезпечуються державами-членами.

•Структури командування й управління: під час етапу проведення Комітет із політики та безпеки здійснює політичний контроль і стратегічне керівництво як цивільними, так і військовими місіями та операціями під керівництвом Ради й Високого представника.

Кейс: деякі чинні операції та місії:

1. Консультативну місію ЄС в Іраку (EUAM Iraq) (цивільна місія) розпочато в жовтні 2017 р. у відповідь на запит уряду Іраку. Стратегічна мета місії – підтримка уряду Іраку в досягненні тривалого миру, стабільності та безпеки в Іраку й ширшому регіоні після поразки ДАІШ (Ісламської держави) у 2015 р. шляхом надання стратегічних порад іракському сектору безпеки. Місія є частиною прикордонного пакету заходів ЄС із політики, безпеки та розвитку для підтримки Іраку. Мандат місії – консультувати посадових осіб Офісу

⁵⁸² UN and EU sign agreement to enhance cooperation and strengthen response in peace operations. *United Nations Peacekeeping*. 20.09.2020. URL: <https://peacekeeping.un.org/en/un-and-eu-sign-agreement-to-enhance-cooperation-and-strengthen-response-peace-operations>

радника з національної безпеки й Міністерства внутрішніх справ, які відповідають за проведення реформи⁵⁸³.

2. Консультативна місія ЄС у Центрально-Африканській Республіці – цивільна місія, створена наприкінці 2019 р., надає стратегічні консультації Міністерству внутрішніх справ і громадської безпеки ЦАР та Силам внутрішньої безпеки. Місія підтримує створення узгоджених і підзвітних постачальників послуг безпеки, які повністю перебувають у національній власності. Реформа державного управління, права людини й верховенство права є основою підписаної Угоди⁵⁸⁴.

3. Консультативна місія ЄС із реформи сектору цивільної безпеки в Україні (цивільна місія) (грудень 2014 р.). Мандат – консультувати органи державної безпеки з питань безпеки, поліції, судової системи, прокуратури, боротьби з корупцією та права людини. Після російського вторгнення в Україну місія евакуювалася з України й залишається в режимі очікування подальших подій. У березні та квітні 2022 р. країни ЄС поставили Місії нові завдання: надавати підтримку правоохоронним органам для сприяння потоку біженців з України до сусідніх держав-членів і надходженню гуманітарної допомоги в Україну; підтримувати інститути верховенства права, щоб сприяти розслідуванню та судовому переслідуванню міжнародних злочинів.

4. Місія ЄС із прикордонної допомоги в Лівії (цивільна місія) створена у 2013 р. для підтримки спроможності лівійської влади посилити безпеку своїх сухопутних, морських та повітряних кордонів у короткостроковій перспективі й розробити ширшу інтегровану систему управління кордонами як довгострокову стратегію. EUBAM є доповненням до Місії ООН (UNSMIL), створеної в 2011 р. на прохання лівійської влади для підтримки нової перехідної влади країни в її зусиллях після конфлікту⁵⁸⁵.

5. Місія ЄС із розвитку потенціалу в Малі – цивільна місія з урегулювання кризових ситуацій у Малі зі штаб-квартирою в столиці Бамако та мобільним підрозділом у центральній частині Малі, Мопті-Севаре. Місію розпочато 15 січня 2015 р. після офіційного запрошення уряду Малі, щоб допомогти силам внутрішньої безпеки відновити державну владу по всій країні проти різних угруповань, які кинули їй виклик після кризи «Північного Малі» 2012 р.⁵⁸⁶

6. Місія ЄС із розвитку потенціалу в Сомалі (цивільна місія), запущена у 2016 р., сприяє створенню та розбудові потенціалу морських цивільних правоохоронних органів у Сомалі, уключаючи Сомаліленд і реструктуризацію сомалійської «архітектури морської безпеки». Місія співпрацює з Представництвом ЄС у Сомалі та двома військовими місіями СПБО, що діють у

⁵⁸³ EUAM IRAQ. *European Union External Action*. 2022. URL: <https://www.euam-iraq.eu/>

⁵⁸⁴ EU Advisory Mission in the Central African Republic (EUAM RCA). *European Union External Action*. 2022. URL: https://www.eeas.europa.eu/euam-rca_en

⁵⁸⁵ EU Border Assistance Mission in Libya (EUBAM). *European Union External Action*. 2022. URL: https://www.eeas.europa.eu/eubam-libya_en

⁵⁸⁶ EUCAP Sahel Mali. *European Union External Action*. 2022. URL: https://www.eeas.europa.eu/eucap-sahel-mali_en

Сомалі (операція EU NAVFOR Atalanta, EUTM Somalia), щоб забезпечити один з життєво важливих торговельних маршрутів ЄС⁵⁸⁷.

7. EUFOR Боснія-Герцеговина військова операція ALTHEA (2 грудня 2004 р.) – через дев'ять років після закінчення війни, ЄС розпочав військову операцію ALTHEA в БіГ. Це сталося після рішення НАТО передати власну миротворчу місію, яка підтримувала безпеку в регіоні після закінчення війни. ЄС розгорнув потужні військові сили (EUFOR), щоб забезпечити безперервне дотримання Дейтонської/Паризької угоди й зробити внесок у безпечне та надійне середовище у БіГ. Серед цілей ALTHEA – підтримка колективної та комбінованої підготовки Збройних сил Боснії та Герцеговини, підтримка їх просування до стандартів НАТО⁵⁸⁸.

8. EUNAVFOR MED IRINI: військові сили ЄС IRINI – військова операція (2020–2023 рр.). Основне завдання EUNAVFOR MED IRINI (Irinі — грецьке слово, що означає «мир») – виконання ембарго ООН на постачання зброї Лівії за допомогою повітряних, супутникових і морських засобів. Зокрема, місія уповноважена проводити інспекції суден у відкритому морі біля узбережжя Лівії, які підозрюють у перевезенні зброї або пов'язаних матеріалів до та з Лівії (відповідно до Резолюції Ради Безпеки ООН 2292 (2016)). Серед другорядних завдань EUNAVFOR MED IRINI – моніторинг і збір інформації щодо незаконного експорту з Лівії нафти, сирої нафти та нафтопродуктів; сприяння нарощуванню потенціалу й навчання берегової охорони та військово-морського флоту Лівії; руйнування бізнес-моделі мереж контрабанди й торгівлі людьми⁵⁸⁹.

9. Воєнна операція військових сил ЄС АТАЛАНТА – військова операція з боротьби з піратством, яка проводиться на морі біля Африканського Рогу та в західній частині Індійського океану. Це була перша морська операція СПБО Європейського Союзу, у якій окремі держави-члени об'єдналися під прапором ЄС. Із моменту свого початку 8 грудня 2008 р. мандат операції «Аталанта» – забезпечення безпеки на морі біля узбережжя Сомалі відповідно до Конвенції ООН із морського права. Європейська рада продовжила його мандат до 31 грудня 2022 р. «Стримувати, запобігати та придушувати акти піратства й збройного пограбування біля узбережжя Сомалі. Військово-морські сили ЄС охороняють судна Всесвітньої продовольчої програми, які доставляють допомогу переміщеним особам у Сомалі»⁵⁹⁰.

10. Тренувальна місія ЄС у ЦАР (військова місія) розпочата 16 липня 2016 р. після запиту уряду Центральноафриканської Республіки. Після першого продовження з 2018 до 2020 р. Рада ЄС продовжила мандат (3-й мандат) місії на два роки, до 19 вересня 2022 р. Місія сприяє реформі оборонного сектору в рамках ширшої реформи сектору безпеки, у тісній координації з іншими

⁵⁸⁷ EUCAP SOMALIA. *European Union External Action*. 2022. URL: <https://www.eucap-som.eu/>

⁵⁸⁸ EUFOR ALTHEA. *European Union External Action*. 2022. URL: <https://euforbih.org/>

⁵⁸⁹ EUNAVFOR MED IRINI. *European Union External Action*. 2022. URL: <https://www.operationirini.eu/about-us/>

⁵⁹⁰ Forces of Operation ATALANTA. *European Union External Action*. 2022. URL: <https://eunavfor.eu/>

місіями ЄС й міжнародними допоміжними місіями. Місія підтримує центральноафриканську владу та займається трьома напрямками: стратегічні консультації, оперативне навчання й освіта. Місія не бере участі в бойових діях⁵⁹¹.

11.17 жовтня 2022 р. Рада ЄС погодилася започаткувати Військову допоміжну місію з підтримки України (EUMAM Ukraine)⁵⁹². Метою місії є внесок у розвиток військових спроможностей Збройних сил України для ефективного проведення військових операцій, що дасть змогу Україні захищати свою територіальну цілісність у межах міжнародно визнаних кордонів, ефективно здійснювати свій суверенітет і захищати цивільне населення. Зазначається, що EUMAM Ukraine забезпечуватиме особисте, колективне та спеціалізоване тренування для ЗСУ, уключаючи Сили територіальної оборони, здійснюватиме координацію й синхронізацію зусиль країн-членів щодо тренування українського персоналу.

EUMAM Ukraine діятиме на території кількох європейських держав, її оперативний штаб, який координуватиме діяльність місії на стратегічному рівні, розташовуватиметься в приміщенні Європейської служби зовнішніх дій у Брюсселі.

Мандат місії розрахований на два роки, передбачений обсяг фінансування € 16 млн EUMAM Ukraine також забезпечить координацію між державами-членами ЄС у здійсненні заходів із підтримки України на двосторонньому рівні, їх координацію з іншими міжнародними партнерами. Місія буде відкритою для участі третіх країн.

⁵⁹¹ European Union Training Mission in Central African Republic (EUTM RCA). *European Union External Action*. 2022. URL: https://www.eeas.europa.eu/eutm-rca_en

⁵⁹² European Union Military Assistance Mission Ukraine. *European Union External Action*. 2022. URL: https://www.eeas.europa.eu/eeas/european-union-military-assistance-mission-ukraine-eumam_en

АВТОРИ

Наталія Карпчук (координатор проєкту) – доктор політичних наук, професор, професор кафедри міжнародних комунікацій та політичного аналізу, факультет міжнародних відносин, Волинський національний університет імені Лесі Українки, м. Луцьк. Natalia.karpchuk@vnu.edu.ua
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-9998-9538>

Антоніна Шуляк (експерт проєкту) – доктор політичних наук, професор, декан факультет міжнародних відносин, Волинський національний університет імені Лесі Українки, м. Луцьк. Antonina.mytko@vnu.edu.ua
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-5234-0758>

Богдан Юськів (експерт проєкту) – доктор політичних наук, професор, професор кафедри економіки та управління бізнесом, Рівненський державний гуманітарний університет, м. Рівне. Yuskivb@ukr.net
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-7621-5954>

Сергій Федонюк (експерт проєкту) – кандидат географічних наук, доцент, доцент кафедри міжнародних економічних відносин та міжнародної інформації, факультет міжнародних відносин, Волинський національний університет імені Лесі Українки, м. Луцьк. Sergii.fedoniuk@vnu.edu.ua
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0003-2853-8905>

Назарій Шуляк (експерт проєкту) – аспірант кафедри міжнародних комунікацій та політичного аналізу, спеціальність 291 «Міжнародні відносини, суспільні комунікації та регіональні студії», Волинський національний університет імені Лесі Українки, м. Луцьк. Nazarii.shuliak@vnu.edu.ua
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-9835-731X>

AUTHORS

Nataliia Karpchuk (Project Coordinator) – Doctor of Political Science, Professor, Professor of the International Communications and Political Analysis, International Relations Faculty, Lesya Ukrainka Volyn National University, Lutsk. Natalia.karpchuk@vnu.edu.ua

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-9998-9538>

Antonina Shuliak (Project Expert) – Doctor of Political Science, Professor, Dean of the International Relations Faculty, Lesya Ukrainka Volyn National University, Lutsk. Antonina.mytko@vnu.edu.ua

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-5234-0758>

Bohdan Yuskiv (Project Expert) – Doctor of Political Science, Professor, Professor of the Economics and Business Management Department, Rivne State University of the Humanities, Rivne. Yuskivb@ukr.net

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-7621-5954>

Serhiy Fedoniuk (Project Expert) – Candidate of Geographical Science, Associate Professor, Associate Professor of the Interantional Economic Relations and International Information Department, International Relations Faculty, Lesya Ukrainka Volyn National University, Lutsk. Sergii.fedoniuk@vnu.edu.ua

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0003-2853-8905>

Nazarii Shuliak (Project Expert) – Post-Graduate Student of the International Communications and Political Analysis Department, specialty 291 «International Relations, Public Communications and Regional Studies», Lesya Ukrainka Volyn National University, Lutsk. Nazarii.shuliak@vnu.edu.ua

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-9835-731X>

Для нотаток

Для нотаток

Для нотаток

Наукове видання

Стратегічні комунікації ЄС: проти́дія деструктивним впливам

Колективна монографія

Друкується в авторській редакції

Формат 60x84 1/16. Обсяг 17,90 ум. друк. арк., 17,72 обл.-вид. арк.

Наклад 300 пр. Зам. 99. Видавець та иготовлювач – Вежа-Друк
(м. Луцьк, вул. Шопена, 12, тел. +38 066 936 25 49).

Свідоцтво Держ. комітету телебачення та радіомовлення України
ДК № 4607 від 30.08.2013 р.