

Окрім Міноборони, право на створення аудіовізуальних медіа мають військові адміністрації населених пунктів та військово-цивільні адміністрації населених пунктів.

З огляду на набрання чинності Закону юридично стає можливим заснування Міноборони друкованого (друкованих) медіа для задоволення інформаційних потреб особового складу сил безпеки та оборони.

Періодичне видання друкованих засобів масової інформації, засновником яких було Міноборони, – центрального друкованого органу Міністерства оборони України «Народна армія» та журналу «Військо України» було припинено у 2018 році, через переформатування антитерористичної операції на Операцію Об'єднаних сил у квітні 2018 року. Відповідно до статті 8-1 Закону України «Про друковані засоби масової інформації (пресу) в Україні» Міноборони мало право на створення друкованих засобів масової інформації лише на час проведення антитерористичної операції [2, с. 10].

Отже, станом на початок травня 2023 року механізм системи стратегічних комунікацій Міністерства оборони України у цій сфері є на стадії розробки та впровадження.

Список використаних джерел

1. Про медіа: Закон України від 13.12.2022 р. № 2849-IX: станом на 22 берез. 2023 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2849-20#Text> (дата звернення: 02.04.2023).
2. Про друковані засоби масової інформації (пресу) в Україні: Закон України від 16.11.1992 р. № 2782-XII: станом на 31 берез. 2023 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2782-12#Text> (дата звернення: 02.04.2023).



*Макаров Я. І., слухач,
Національний університет оборони України
імені Івана Черняхівського, м. Київ*

ОРГАНІЗАЦІЯ СТРАТЕГІЧНИХ КОМУНІКАЦІЙ ЗБРОЙНИХ СИЛ УКРАЇНИ В ПЕРІОД ВОЄННОГО СТАНУ

Стратегічні комунікації у Збройних Силах України в період воєнного стану реалізуються в межах Законодавства України. Серед іншого важливими визначальними чинниками, що формують умови реалізації СК, є вимоги положень відповідних керівних документів. Відповідно до Концепції стратегічних комунікацій Міністерства оборони України та Збройних Сил України, основними прин-

ципами діяльності Міністерства оборони України та Збройних Сил України у сфері стратегічних комунікацій є:

- законність, демократичність, відкритість, прозорість, цілісність, добросовісність, підзвітність і відповідальність;
- оптимальне поєднання та збалансованість інтересів Збройних Сил України і суспільства;
- єдність підходів у формуванні та реалізації заходів стратегічних комунікацій;
- науковість, системний підхід до формування і розвитку стратегічних комунікацій у Міністерстві оборони України та Збройних Силах України [1, с. 5].

Доктрина зі стратегічних комунікацій ВКП 10-00(49).01 конкретизує та розкриває основні принципи реалізації стратегічних комунікацій у Збройних Силах України як для діяльності загалом, так і для окремих заходів, що здійснюються суб'єктами СК:

- планування заходів СК повинно будуватися на відповідному аналітичному підґрунті. Розуміння аудиторій та інформаційного середовища, в якому вони існують, є найважливішими передумовами стратегічного військового планування;
- планування повинно враховувати потенційні ризики та загрози, орієнтуватися на аудиторії, бажане ставлення та сформовану поведінку. Військове керівництво повинно визначати аудиторії та потенційний ефект з метою досягнення військово-політичних цілей;
- усі структурні елементи ЗС України, незалежно від їх основної ролі, є потенційними засобами комунікації, діяльність яких повинна ґрунтуватись на реалізації заходів, узгоджених зі стратегічним наративом;
- співвідношення витрачених сил та засобів і досягнення очікуваного результату має визначати оптимальний шлях реалізації СК для досягнення загальної мети;
- суб'єкти СК та визначені комунікатори мають розуміти стратегію та завдання (цілі) своєї діяльності, щоб формувати зрозумілі повідомлення та здійснювати ефективні кроки для передачі цих повідомлень на підтримку загальної мети;
- комунікація повинна бути інтегрованою протягом усіх процесів від аналізу та планування до виконання та оцінювання діяльності;
- проактивний характер реалізації завдань СК. Здатність суб'єктів комунікацій не бути заручником чужої думки, діяти на випередження, швидко реагувати на зміни, брати на себе відповідальність за формування порядку денного – стають вирішальними за однакових комунікативних спроможностей [2, с. 27].

Під час реалізації СК відповідно до компетенції Міністерства оборони України та Збройних Сил України встановлено таке обмеження: всі заходи у сфері стра-

тегічних комунікацій Міністерства оборони України та Збройних Сил України слід проводити без порушення законних прав та свобод людини і громадянина, крім випадків обмежень, передбачених чинними нормативно-правовими актами.

Основними цілями розвитку стратегічних комунікацій Міністерства оборони України та Збройних Сил України є: формування довіри українського суспільства до воєнної політики держави, реформ у воєнній сфері та курсу з набуття Україною членства в НАТО; скоординованість дій державних органів та інших учасників стратегічних комунікацій під час об'єктивного інформування суспільства з питань, що стосуються оборони держави, підготовки і застосування Збройних Сил України.

Водночас, головними чинниками впливу на організацію і зміст СК ЗС України є загрози, що пов'язані зі широкомасштабною агресією РФ проти України, а саме негативні інформаційні впливи на свідомість людини та спільноти через ЗМІ, а також мережу Інтернет, що здійснюються на шкоду України та мають на меті:

- спроби змінювати психічні та емоційні стани людини, її психологічні та фізіологічні характеристики;
- розпалювання міжрелігійної, міжетнічної та міжнаціональної ворожнечі, ненависті за етнічною, мовною, релігійними та іншими ознаками;
- поширення суб'єктами інформаційної діяльності викривленої, недостовірної та упередженої інформації для дискредитації органів державної влади, ЗС України, дестабілізації суспільно-політичної ситуації, що значно ускладнює прийняття політичних рішень, завдає шкоди національним інтересам чи створює негативний імідж України.

До загальних ознак інформаційних викликів та загроз ЗС України слід віднести:

- виключно негативний характер тональності повідомлень, надмірну деталізацію та емоційність повідомлень про негативні події, що відбуваються у ЗС України;
- плановість, що простежується під час подання тих чи інших інформаційних повідомлень, об'єднаних єдиною тематикою;
- збільшення інтенсивності інформаційних повідомлень за конкретною тематикою (напрямом) за короткий термін часу;
- маніпуляція інформацією, що стосується ЗС України та спрямовується на свідомість суспільства, окремих його груп та особистостей [3, с. 12].

На організацію та зміст стратегічних комунікацій Збройних Сил України в умовах широкомасштабної збройної агресії РФ проти України впливають чинники, що пов'язані з загрозами інформаційній безпеці в воєнній сфері, а саме:

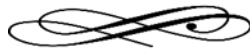
- поширення інформації (дезінформація або спотворення інформації), що дискредитує військове керівництво та ЗС України;

– інформаційні повідомлення (коментарі) та заяви офіційних (неофіційних) осіб іноземних держав у ЗМІ з метою дискредитації Операції Об'єднаних сил.

Отже, під час організації стратегічних комунікацій Збройних Сил України в період воєнного стану необхідно оцінювати інформаційні виклики та загрози ЗС України у воєнній сфері. Також необхідно враховувати, що перелік цих загроз завжди буде неповним. Формування та прояв нових тенденцій у суспільно-політичній обстановці, розвиток і створення нових форм та методів збройної боротьби, інформаційних технологій, інших засобів інформатизації призводить не стільки до усунення наявних загроз, скільки до виникнення нових.

Список використаних джерел

1. Дубов В. Стратегічні комунікації: проблеми концептуалізації та практичної реалізації. *Стратегічні пріоритети. Науково-аналітичний щоквартальний збірник Серія «Політика»*. 2016. № 4(41). С. 9–23.
2. Ожеван М. А. Глобальна війна стратегічних нарративів: виклики та ризики для України *Стратегічні пріоритети. Науково-аналітичний щоквартальний збірник Серія «Політика»*. 2016. № 4(41). С. 30–40.
3. Тихомирова Є. Б. Стратегічні комунікації як один з пріоритетів глобальної стратегії зовнішньої політики і безпеки. *Міжнародні відносини. Серія «Політичні науки»*. 2021. № 14. URL: http://journals.iir.kiev.ua/index.php/pol_n/issue/view/175



**Разно К. С., здобувач вищої освіти;
Тур О. М., д-р наук із соц. ком., професор,
Кременчуцький національний університет імені Михайла Остроградського**

СОЦІАЛЬНІ МЕРЕЖІ В ІНТЕРНЕТ-ПРОСТОРИ ЯК СУЧАСНИЙ СОЦІОКУЛЬТУРНИЙ ФЕНОМЕН

Поняття соціальної мережі увійшло в наше життя не так давно, але воно майже повністю поглинуло нас. Потрібно зазначити, що саме поняття «соціальна мережа» має кілька значень у поняттєво-категоріальному апараті соціології. Головним є визначення, що соціальна мережа – це структура, яка складається з вузлових елементів і зв'язків між ними, тобто соціальної павутини [5].

Відомо, що перші соціальні мережі з'являються в середині 1990-х років і дають користувачам першу можливість спілкування в інтернет-просторі. Мережні сервіси, як-от eGroups/OneList, ICQ, Evite, взагалі не є соціальними мережами, але вони є тим фундаментом, на якому далі розвиваються онлайн-можливості спілкування і взаємодії користувачів [5].