

*Монастир'юва Л. В.,**доцент кафедри філології, перекладу та мовної комунікації
Національної академії Національної гвардії України**Павлова О. О.,**доцент кафедри філології, перекладу та мовної комунікації
Національної академії Національної гвардії України*

ОРГАНІЗАЦІЯ СТРАТЕГІЧНИХ КОМУНІКАЦІЙ У НАТО

Анотація. У статті зроблено спробу розкрити сутність стратегічних комунікацій та обґрунтувати актуальність реалізації стратегічних комунікацій в Україні. Було виділено елементи системи стратегічних комунікацій, взявши як приклад стандарти НАТО, представлені умови, за яких комунікації перетворюються на стратегічні. Охарактеризовано сутність стратегічних комунікацій та описано процес інституалізації діяльності з розроблення й реалізації стратегічних комунікацій у НАТО. Висвітлено рекомендовані напрями подальшого розвитку стратегічних комунікацій Північноатлантичного альянсу.

Ключові слова: інформаційне суспільство, стратегічна комунікація, НАТО, комунікативна стратегія, «гібридна» війна.

Постановка проблеми. Комунікація постійно була складником частиною державної та корпоративної стратегії. Проте вона відігравала другорядну роль та була орієнтована на відповідну реакцію у межах певної події. Вищезазначене свідчить про те, що першочерговим завданням комунікації було сприяння методам і механізмам, які залучаються в процес прийняття рішень, повідомлення про контекст намірів та постанов, інформування про успіхи або причини невдач у роботі комерційних компаній та органів державної влади.

Сьогодні необхідність розроблення єдиної комунікативної стратегії, яка б містила всі комунікативні методи й інструменти, орієнтовані на досягнення стратегічних цілей країни на міжнародній арені, стає все більш актуальною. Стратегічний підхід до процесу комунікації передбачає не лише використання традиційних категорій («інформаційні продукти», «цільові аудиторії», «повідомлення») та вплив на суспільно-психологічні структури соціуму, але й фундаментальні процеси, які лежать в основі завдань безпеки країни та забезпечення її державних інтересів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Сьогодні в Україні можна спостерігати зростання кількості інформаційних комунікацій різних рівнів, які вільно долають перші збудовані ідеологічні бар'єри; контент у країні змінюється, преса йде в інтернет, телебачення переходить у формат IPTV, Smart TV; загострюється боротьба за ресурси. Тому стратегічні комунікації перетворюються в системоутворювальний компонент сучасного суспільства та стають умовою його глобальних і варіативних модифікацій. Водночас пристосування технологій стратегічних комунікацій до комунікативної структури соціуму та держави – це необхідний компонент ефективного функціонування. Сьогодні питання стратегічної комунікації у вітчизняній науці вивчене мало, майже відсутні дослідження у цій галузі (Г.Г. Почепцов «Стратегічні комунікації в політиці, бізнесі й державному управлінні») [1, с. 23]), окремі наукові

праці, які присвячені відповідному досвіду Альянсу, відсутні. Невелика кількість досліджень у цій галузі є перекладом англійських матеріалів STRATCOM та стандартів НАТО, вони не стосуються національних інтересів та головних принципів національної ідентичності України.

Метою статті є розкриття сутності стратегічних комунікацій та обґрунтування актуальності реалізації стратегічних комунікацій в Україні. Поставлена мета передбачає виконання таких завдань: проаналізувати процес інституалізації діяльності з розроблення та реалізації стратегічних комунікацій у НАТО та визначити рекомендовані напрями подальшого розвитку стратегічних комунікацій Північноатлантичного альянсу.

Виклад основного матеріалу. Питанням стратегічних комунікацій займаються провідні науково-експертні центри, зокрема Chatham House та RAND Corporation. Крістофер Підлогу (один із провідних учених RAND Corporation) дає таке визначення стратегічним комунікаціям: «Координовані операції, повідомлення, образи та інші види оповіщення, націлені на інформування, вплив і переконання конкретних цільових аудиторій для сприяння досягнення державних цілей» [2, с. 36]. У звіті Chatham House (Королівський інститут міжнародних відносин) стратегічні комунікації визначаються як «система взаємозалежних операцій, які проводяться на стратегічному, оперативному й тактичному рівнях управління, орієнтовані на досягнення розуміння інтересів і потреб цільових аудиторій, які виявляють результативні технології й механізми активації та підтримки конкретних видів поведінки цих аудиторій». Це формулювання лежить в основі резолюції Європарламенту «Стратегічні комунікації ЄС та протидія пропаганди», яка була прийнята 23 листопада 2016 року.

Емілі Голдман (консультант зі стратегічних комунікацій у відділі координації роботи щодо боротьби з тероризмом Департаменту США) у статті «Стратегічні комунікації: інструмент асиметричної війни» стверджує, що в основі стратегічних комунікацій лежать координування сприйняття, де головне місце має займати управління інформаційними потоками, ідеями, операціями та рішеннями, націлене на перетворення сприйняття цільових аудиторій відповідно до цілей загальнодержавної політики [3].

Емілі Голдман виділяє такі умови, за яких комунікації перетворюються на стратегічні:

- основна інформація адаптована до численних цільових аудиторій (не тільки до вузької або загальної аудиторії);
- комунікації здійснюються постійно протягом тривалого часу (не один раз у конкретний період часу);
- комунікації концентруються на потребах та інтересах тих, хто отримує повідомлення, а не тих, хто їх надсилає;

– головні повідомлення, постанови та дії будуються й управляються однаково з метою досягнення стратегічних цілей [3].

«NATO Strategic Communications Policy (Політика стратегічних комунікацій НАТО) є одним із головних документів Альянсу в цій галузі. Цей документ тлумачить поняття «стратегічні комунікації НАТО» як скоординоване й відповідне застосування комунікативних можливостей та роботи Північноатлантичного альянсу – громадської дипломатії, зв'язків із цивільним населенням, військових зв'язків із громадськістю, інформаційних та психологічних операцій (у разі виникнення потреби для сприяння політики Альянсу, дій та заходів, а також для просування цілей НАТО) [4].

24 вересня 2015 року була прийнята нова редакція Військової доктрини України, яка була затверджена Указом Президента України № 555/2015, де було представлено нові терміни. У ч. 16 ст. 4 розділу 1 Військової доктрини України «стратегічні комунікації визначаються як скоординоване та відповідне застосування комунікативних державних можливостей – дипломатія, зв'язки з громадськістю, військові зв'язки, інформаційні та психологічні операції, заходи, націлені на просування державних цілей» [5].

Хоча й відсутнє однозначне трактування поняття «стратегічні комунікації», проте є кілька смислоутворювальних характеристик. Е.Н. Пашенцев акцентує увагу на синхронізації роботи державних структур у комунікативній діяльності, трактуючи стратегічну комунікацію як «проекування державою цінностей, інтересів та цілей у свідомість закордонних, національних аудиторій (за допомогою відповідної синхронізації багатопланової діяльності в абсолютно усіх сферах соціального життя, супроводжуючи її професійною комунікацією)» [6, с. 219]. Е.А. Виноградова у своєму формулюванні висуває зусилля з просування іміджу країни на міжнародній арені: стратегічні комунікації – «це стратегічно скоординована робота, зосереджена на процесі управління цільовими аудиторіями всередині держави та за її межами з метою підвищити імідж своєї держави на міжнародному рівні» [7, с. 226]. Згідно з Д.П. Гаври, головна мета стратегічних комунікацій – супроводжувати розроблення та реалізацію стратегії організації. Стратегічною називається «комунікація, яка забезпечує розроблення й здійснення стратегії суспільного суб'єкта за допомогою власних спеціальних комунікативних ресурсів, інструментів та засобів» [8, с. 229]. Стратегічна комунікація можлива за умови, якщо її «включають у розробку та підтримку відносин уряду з організацією та її оточенням; вона орієнтована на досягнення тривалих (стратегічних) цілей організації». Стратегічні комунікації орієнтовані на роботу із зовнішнім та внутрішнім оточенням. Клієнти, партнери, конкуренти, які є представниками зовнішнього середовища, – це суб'єкти комунікації, але водночас вони одержують основні повідомлення, організація реалізовує комунікативні транзакції через них. За допомогою цих комунікативних транзакцій організація реалізовує свої цілі, а держава реалізовує взаємини. Бізнес, суспільно-культурна сфера, внутрішня й зовнішня політика країни, військові та міжнародні відносини є сферами використання стратегічних комунікацій. Стратегічну комунікацію можна здійснювати на локальних та навіть глобальних рівнях суспільно-просторової ієрархії. Е.В. Тихомирова акцентує увагу на тому, що стратегічні комунікації мають програмний характер, припускаючи, що в основі лежить розвиток комунікаційної стратегії, яка є всеосяжним

та тривалим проектом із досягнення цілей компанії за допомогою застосування абсолютно всіх комунікативних ресурсів та формування зовнішнього й внутрішнього комунікативного простору. Також стратегічні комунікації передбачають формування, використання та актуалізацію корпоративних стандартів, які націлені на корпоративні цінності й охоплюють регламентацію ділових взаємодій персоналу компанії на всіх ієрархічних рівнях. В.А. Бурлаков підкреслює таку функцію стратегічних комунікацій, як формування «політичної, економічної та інтелектуальної еліти країни, на яку мають вплив, стабільного позитивного образу того, хто має вплив, а також стійкої системи культурних цінностей, які відповідають тій системі, що домінує у державі, здійснює стратегічні комунікації». Отже, за допомогою стратегічних комунікацій реалізується «культурний вид владного ресурсу, зокрема створюється таке геокультурне середовище, яке дає можливість легітимізувати абсолютно різні ідеологічні конструкції» [9, с. 11].

Вищевикладене дозволяє виділити основні складники процесу застосування стратегічних комунікацій:

- 1) сприйняття владою суспільства, його інформування та залучення з метою просувати інтереси й завдання за допомогою впливу на розуміння, установки, світогляд та поведінку;
- 2) координація операцій, зображень, висловлювань із метою надання підтримки політиці й планування для досягнення стратегічних цілей;
- 3) стратегічні комунікації – це не додаткові дії, а обов'язкова частина планування і здійснення абсолютно всіх військових операцій та видів діяльності.

Таким чином, стратегічні комунікації є процесом, який знаходиться в основі забезпечення державної безпеки України та здійснення національних інтересів (також в інформаційній галузі); до його реалізації залучаються суб'єкти як стратегічних комунікацій, так і з інших сфер діяльності.

Спираючись на роботи В.А. Ліпкана [10], можна виділити елементи системи стратегічних комунікацій, взявши за приклад стандарти НАТО:

- Public Affairs and Military Public Affairs (суспільно-політичні комунікації та військова публічна політика);
- Public Diplomacy and Military Support to Public Diplomacy (публічна дипломатія та військова підтримка публічної дипломатії);
- Press and Media (преса та засоби масової інформації);
- International Military Cooperation (міжнародне співробітництво у військовій галузі);
- Civil Military Cooperation (військово-цивільне співробітництво);
- Key Leaders Engagement (взаємодія головних посадових осіб);
- внутрішні комунікації (проведення роботи з особовим складом / внутрішній PR);
- Information Operations (інформаційні операції в комп'ютерних мережах);
- PSYOPS (заходи інформаційного впливу / психологічні операції);
- Visual Info / Situation Awareness and Combat Camera (інформування про ситуацію / контроль ситуації та документування подій на полі бою);
- розвідувальне забезпечення виконання інформаційних заходів;
- Show of Force (демонстрація військової сили);

- MILDEC (введення в оману);
- Operation Security (заходи забезпечення секретності операцій);
- Physical Attack (фізичний напад);
- EMW (конфронтація в електромагнітному просторі) [10].

Політика НАТО щодо стратегічних комунікацій не мала змін із 2009 року. Експерти підкреслюють, що після саміту у 2009 році діяльність щодо перспектив розвитку Альянсу в галузі стратегічних комунікацій стає безперервною [11], що відбувається насамперед у:

а) структурно-організаційній роботі; результатом є прийняття рішення сформувати в Латвії NATO Strategic Communications Centre of Excellence, або NATO StratCom COE (Центр передового досвіду з питань стратегічних комунікацій), який почав функціонувати у січні 2014 р. та був акредитований 1 вересня 2014 р.. Держави-члени Альянсу (Естонія, Німеччина, Італія, Латвія, Литва, Польща та Великобританія) підписали меморандуми про взаєморозуміння щодо роботи Центру. Центр – це військова структура, що (згідно зі ст. 14 Паризького протоколу) має статус міжнародної військової організації [4];

б) нормативно-правовій діяльності, результатом якої є система взаємопов'язаних документів, що регулюють сферу стратегічних комунікацій, зокрема концепції, доктрини, політику, директиви тощо

Ключові завдання Центру:

- виконання експериментів та досліджень для пошуку практичних рішень наявних проблем;
- створення проектів із метою сприяння формуванню та гармонізації доктрини стратегічних комунікацій;
- «аналіз досвіду» використання стратегічних комунікацій у процесі проведення військових операцій;
- інтенсифікація навчальних, освітніх зусиль та перспектив взаємодії.

Він функціонує як основний центр для проведення дискусій та експертизи різних дисциплін щодо стратегічних комунікацій, зокрема публічної дипломатії, зв'язків із населенням, військових зв'язків із населенням, інформаційних та психологічних операцій.

Доктор Стів Тагам та підполковник Рита ле Пейдж (експерти-практики у галузі інформаційно-психологічної діяльності, зв'язків із громадськістю та стратегічних комунікацій) надали НАТО такі рекомендації для подальшого розвитку галузі стратегічних комунікацій [11]:

- виконати відповідну кодифікацію терміна «стратегічні комунікації» у корпоративному розумінні НАТО;
- розглянути питання оновлення дефініцій НАТО у світлі досвіду, набутого в Афганістані та Лівії;
- визначити недоліки розуміння та доктрини стратегічних комунікацій у країнах-членах НАТО з метою упевнення в тому, що держави, які надають війська, можуть забезпечити ресурсами майбутні операції коаліції, що відповідають єдиним вимогам навчання, або у своїх країнах, або за допомогою тренувальних шкіл НАТО;
- провести аналіз проблеми та надати точні, тобто докладні інструкції НАТО з питань комунікації, орієнтованої на поведінку та заснованої на взаєминах;
- провести аналіз проблеми та надати точні (тобто докладні) інструкції НАТО з оцінки роботи у галузі стратегічних комунікацій, а також надати чіткі інструкції щодо застосування опитувань та вивчення громадської думки;

– розглянути питання академічної підтримки; домогтися тривалості знань, які були набуті в операціях, а також упровадити в НАТО відповідну професійну програму безперервного розвитку;

- урегулювати проблему нестачі знань щодо стратегічних комунікацій вищого керівництва на рівні OF-5;
- надати точні (докладні) інструкції щодо проведення аналізу цільових аудиторій;
- надати концептуальні рекомендації щодо формування взаємозв'язків між «владою» та комунікацією;
- реалізувати перевірку тренувального курсу зі стратегічних комунікацій у «NATO School Oberammergau» (школа НАТО), щоб гарантувати узгодженість із результатами рекомендованих вище наукових досліджень.

Висновки. Стратегічні комунікації є процесом інтеграції досліджень сприйняття аудиторії й стейкхолдерів (англ. Stakeholder – зацікавлена сторона) та прийняття до уваги отриманих результатів у процесі здійснення політики, планування дій на кожному рівні. Стратегічні комунікації орієнтовані на підрич та делегітимізацію супротивника за допомогою отримання сприяння та визнання місцевого цивільного населення, електорату своєї держави, міжнародної спільноти та всіх інших цільових груп. Підкреслимо, що інтенсивне планування є одним з основних чинників стратегічної комунікації, що зумовлює її успіх, а ніяк не реагування на певну подію. У такому разі застосування проактивного підходу є домінантою у процесі формування моделі стратегічної комунікації в умовах гібридної війни. Так, якщо стратегічна комунікація є реакцією на певну подію, то її шанси на досягнення результатів значно зменшуються.

НАТО проводить діяльність зі стратегічних комунікацій із 2007 року. Оскільки виникла необхідність посилити консультативно-аналітичне забезпечення здійснення стратегічних комунікацій у відповідь на «гібридну» війну, то це змусило НАТО у 2014 році створити Центр передового досвіду з питань стратегічних комунікацій. Натепер Північноатлантичний альянс перебуває на етапі проведення аналізу набутого досвіду стратегічних комунікацій та осмислення формальних елементів застосування. Для України ця ситуація є сприятливою, оскільки з'являється можливість брати за зразок не практику минулих років, а сучасний досвід. Також необхідно зауважити, що застосувати й інституалізувати практику стратегічних комунікацій в Україні важливо в короткостроковій та довгостроковій перспективах.

Література:

1. Почепцов Г.Г. Стратегические коммуникации: стратегические коммуникации в политике, бизнесе и государственном управлении. Киев: Альтерпрес, 2008. 216 с.
2. Strategic Communications and National Strategy: A Chatham House Report. Paul Cornish, Julian Lindley-French and Claire Yorke. London, 2011. 42 p.
3. NATO Strategic Communications Policy. URL: <http://info.publi-cintelligence.net/NATO-STRATCOM-Policy.pdf>
4. NATO Accredits Centre of Excellence for Strategic Communications in Riga. URL: <http://www.mfa.gov.lv/en/news/latest-news/39360-nato-accredits-centre-of-excellence-for-strategic-communications-in-riga>
5. Указ Президента України № 555/2015 «Про рішення Ради національної безпеки і оборони України від 2 вересня 2015 року «Про нову редакцію Воєнної доктрини України». URL: <http://www.president.gov.ua/documents/5552015-19443>.

6. Пашенцев Е.Н. Коммуникационный менеджмент и стратегическая коммуникация. Современные технологии глобального влияния и управления. Москва: МЦСПИК, 2014. 472 с.
7. Виноградова Е.А. К вопросу о работе с «новыми медиа» в стратегической коммуникации. Государственное управление. Электронный вестник. 2013. № 41. С. 218–228. URL: http://e-journal.spa.msu.ru/vestnik/item/41_2013vinogradova.htm
8. Гавра Д.П. Категория стратегической коммуникации: современное состояние и базовые характеристики. Век информации. 2015. № 3 (4). С. 229–233.
9. Бурлаков В.А. Стратегическая коммуникация как метод современной геополитики. Ойкумена. Регионоведческие исследования. 2016. № 2 (37). С. 7–15.
10. Ліпкан В.А. Роль стратегічних комунікацій в протидії гібридній війні проти України. URL: <http://goal-int.org/rol-strategichnix-komunikacij-v-protidii-gibridnij-vijni-proti-ukraini/>
11. NATO Strategic Communication: More to be Done? Steve Tatham, Rita Le Page. National Defence Academy of Latvia Center for Security and Strategic Research. URL: http://www.academia.edu/6808986/NATO_Strategic_Communication_More_to_be_done

Монастырёва Л. В., Павлова О. А. Организация стратегических коммуникаций в НАТО

Аннотация. Статья посвящена исследованию и анализу проблемы стратегических коммуникаций, обоснованию актуальности реализации стратегических коммуникаций в Украине. Были выделены элементы системы стратегических коммуникаций, взяв в качестве примера стандарты

НАТО, представлены условия, при которых коммуникации превращаются в стратегические. Охарактеризована сущность стратегических коммуникаций и описан процесс институализации деятельности по разработке и реализации стратегических коммуникаций в НАТО. Освещены рекомендованы направления дальнейшего развития стратегических коммуникаций Североатлантического альянса.

Ключевые слова: информационное общество, стратегическая коммуникация, НАТО, коммуникативная стратегия, СтратКом.

Monastyrova L., Pavlova O. Organization of Strategic Communication in NATO

Summary. The article is devoted to the research and analysis of the problems of strategic communications and substantiation of the relevance of the implementation of strategic communications in Ukraine. Elements of strategic communication systems are distinguished, NATO standards are taken as an example, as well as the conditions and provisions for which communication can be transformed into strategic ones. The essence of strategic communication is characterized and the process of implementation of activities for the development and the process of institutionalization of activity on development and implementation of strategic communications in NATO is described. The recommended directions of further development of strategic communications in NATO are covered.

Key words: information society, strategic communication, NATO, communicative strategy, StratCom.