



Research Article

Інформування про (не)безпеку для України

Ірина Лисичкіна, Ольга Лисичкіна

Національна академія Національної гвардії України, <http://www.nangu.edu.ua>

Анотація: У статті описано систему стратегічної комунікації, що була сформована ще до війни в Україні та розвивалася після 24 лютого 2022 року. В ній показані організаційні зусилля України з розвитку можливостей інформаційної війни та формування стратегічних наративів воєнного часу. Ця система охоплює стратегічну комунікацію з різними цільовими аудиторіями, визначаючи вартих довіри військових комунікаторів, канали комунікації та стратегічні наративи для інформаційної сфери. Аналіз внутрішніх стратегічних наративів свідчить про помітне зрушення, від просування перебільшених міфів та заспокоїливих повідомлень до акценту на хоробрості військовослужбовців і цивільного населення. Водночас зовнішні наративи, націлені на Захід, еволюціонували від прохань про зброю та допомогу до трансляції випереджальних меседжів, у яких наголошується на колективній праці заради майбутнього успіху. Ці зміни в інформаційній стратегії України впливають на її внутрішнє та міжнародне сприйняття, проливаючи світло на складну динаміку створення наративів під час війни.

Ключові слова: стратегічна комунікація, StratCom, наратив, ЗМІ, війна, російсько-українська війна.

Вступ

Сфери інформації та комунікації стали важливим полем бою в сучасній гібридній війні. В інформації та комунікації стратегію, тактику, політику, принципи планування та взаємодії визначають і застосовують так само, як і в інших сферах ведення війни. Водночас у сучасній війні використовується широкий арсенал традиційних і нетрадиційних інструментів, у постійному пошуку нових можливостей.

З початком війни в Україні зросло значення стратегічної комунікації як скоординованого та цілеспрямованого використання комунікаційних можливостей держави – публічної дипломатії, зв'язків з громадськістю, спів-

праці між військовими та цивільними, інформаційних та психологічних операцій – для досягнення цілей держави. У воєнний час використання комунікації у військових цілях впливає на безпеку на всіх рівнях, від індивідуального до геополітичного.

Ми стверджуємо, що державі потрібна всеосяжна гнучка система стратегічної комунікації, особливо під час війни. Ця система має бути ефективною у мінливих інформаційних умовах, дієво доносити стратегічні наративи до внутрішньої та зовнішньої аудиторії і протистояти дезінформації та пропаганді противника. Ми вважаємо, що така система має тонко балансувати між достовірною комунікацією та ризиком скочування до цензури.

Метою цього дослідження є опис системи стратегічної комунікації, яка формувала і транслувала український наратив (не)безпеки у 2022-2023 роках, після повномасштабного вторгнення Росії. Важливо відзначити організаційні зусилля України з розвитку можливостей інформаційної війни та її підхід до формування цілісного стратегічного наративу воєнного часу.

Розвиток можливостей інформаційної війни для України

Перед аналізом стану української системи стратегічної комунікації у воєнний час слід розглянути основні віхи її розвитку до 2022 року. У 2021 році в ній відбулись глибокі зміни, що стали поворотним моментом у розвитку інфраструктури стратегічної комунікації держави – було створено два важливі центри:

- *Центр протидії дезінформації*¹ при Раді національної безпеки та оборони України, створений рішенням РНБО від 11 березня 2021 року «Про створення Центру протидії дезінформації», введеним в дію Указом Президента України від 19 березня 2021 року № 106.
- *Центр стратегічних комунікацій та інформаційної безпеки*², створений при Міністерстві культури та інформаційної політики та офіційно представлений 31 березня 2021 року.

Повноваження та функції цих центрів, як видно, перетинаються. Згідно з офіційними документами,

Діяльність [Центру протидії дезінформації] охоплює тенденції інформування про стан військової справи, оборонної промисловості, боротьбу зі злочинністю та корупцією, зовнішню та внутрішню політику, економіку, критичну інфраструктуру, екологію, охорону здоров'я, соціальну сферу, формування суспільної свідомості, науково-технічний розвиток тощо. Основна увага приділяється протидії поширенню хибної інформації та боротьбі з інформаційним тероризмом³.

¹ “Центр протидії дезінформації: Діяльність Центру”, офіційний веб-сайт, <https://cpd.gov.ua>.

² “Центр стратегічних комунікацій та інформаційної безпеки”.

³ Цитата з Svitlana Vnuchko, Viktor Teremko, Olena Polovko, Anna Stychynska,

Центр стратегічних комунікацій та інформаційної безпеки є одним із «механізмів протидії дезінформації спільними зусиллями держави і громадянського суспільства»⁴. Він покликаний об'єднати зусилля громадських організацій та органів влади у боротьбі з дезінформацією, дозволяючи швидко реагувати на фейкові новини та просувати українські наративи. Центр займається комунікацією для протидії зовнішнім загрозам, зокрема інформаційним атакам Російської Федерації. Він має співпрацювати з Центром протидії дезінформації, за яким зберігаються функції безпеки та міжнародні зв'язки.

22 грудня 2021 року Президент України Володимир Зеленський підписав Указ № 671/2021⁵, згідно з яким робити офіційні заяви з міжнародних питань уповноважені лише Президент, Прем'єр-міністр і Міністр закордонних справ. Указ було видано для «забезпечення єдності зовнішньополітичного курсу держави».

2021 рік став поворотним для створення та зміцнення системи стратегічних комунікацій на державному рівні, що дозволило формувати та просувати національні наративи. Ця система заснована на зрушеннях у свідомості, що сталися за останнє десятиліття – від масової свідомості до медійної, при чому найбільше формували поведінку аудиторії телевізійні серіали та ток-шоу.

Оскільки ЗМІ, з потенціалом новинних передач і домінуванням ток-шоу, вкрай важливі для ефективності та стійкості стратегічної комунікації, телеканали опинилися під пильною увагою. 2 лютого 2021 року президент Володимир Зеленський ввів у дію⁶ рішення Ради національної безпеки та оборони України про санкції стосовно телеканалів NewsOne, ZIK та «112 Україна», а також їх власника Тараса Козака, депутата парламенту від «Опозиційної платформи – За життя». Санкції включали відкликання ліцензій цих про-російських телеканалів. Радник керівника Офісу президента Михайло Подоляк назвав ці санкції природною відповіддю на «щоденні інформаційні та пропагандистські атаки на державу з боку тих, хто грає у чужі інтереси та чужу гру»⁷.

“Information Terrorism and its Prevention in the Global Political Environment in the 21st Century,” *Ad Alta: Journal of Interdisciplinary Research* 1 (2024): 63-68, p. 65, <https://doi.org/10.33543/1401396368>.

⁴ “Про Центр”, Центр стратегічних комунікацій та інформаційної безпеки, <https://spravdi.gov.ua/pro-nas/>.

⁵ Указ Президента України № 671/2021 «Питання координації зовнішньополітичної діяльності держави», 22 грудня 2021 року, <https://www.president.gov.ua/documents/6712021-41005>.

⁶ Указ Президента України № 43/2021 «Про рішення Ради національної безпеки і оборони України від 2 лютого 2021 року «Про застосування персональних спеціальних економічних та інших обмежувальних заходів (санкцій)»», www.president.gov.ua/documents/432021-36441.

⁷ “Подоляк: Санкції проти каналів Козака – це не наступ на свободу слова, а протидія фейкам і пропаганді”, *Детектор медіа*, 3 лютого 2021, <https://detector.me>

Хоча роль ЗМІ у стратегічній комунікації важко переоцінити, традиційні (або «старі») ЗМІ сьогодні користуються меншою довірою. Оскільки громадську думку дедалі більше формують лідери громадської думки у Facebook та Instagram, українські політики та державні чиновники різних рівнів стали активними користувачами соцмереж. Їхня аудиторія охоплює різні вікові групи та професії, від молоді до пенсіонерів.

Незважаючи на деякі початкові проблеми з новими центрами стратегічної комунікації та питання щодо вибору керівництва й підпорядкування, до кінця 2021 року Україна виробила державну систему стратегічної комунікації. Вона включала мережу лояльних до влади телеканалів, диверсифіковану групу спікерів та лідерів громадської думки в соцмережах з безліччю підписників.

Примітно, що після анексії Криму та окупації частини Донецької та Луганської областей Україна всіляко прагнула послабити інформаційно-психологічний вплив російської пропаганди. Одним із головних завдань, особливо під час війни, є встановлення контролю над інформаційною сферою. Це передбачає не лише протидію дезінформації та пропаганді, а й ефективне донесення меседжів влади до внутрішньої та зовнішньої аудиторії. Успіх наративів про безпеку залежить від акцентів – позиції персоналій чи голосів, які озвучують наратив⁸. Наразі поширений і дещо «відсторонений» погляд викликає більше довіри, якщо його підтримують і просувають відомі люди та експерти. Думка, що викликає довіру, може автоматично надати інформації статусу незаперечної істини, ефективно блокуючи потенційну критику аудиторії.

Одразу після повномасштабного вторгнення у 2022 році було створено мережу лояльних до президента України лідерів громадської думки. Ці люди транслювали офіційну версію подій по телебаченню та у соцмережах. До цієї структури увійшли:

- Сам Президент
- Керівники областей, або голови обласних військових адміністрацій, під час війни (особливо активними були Олег Синегубов із Харкова та Віталій Кім із Миколаєва,
- Радник Президента (Михайло Подоляк), і
- Радник керівника Офісу Президента (Олексій Арестович).

Слід також відмітити виступи першої леді України Олени Зеленської, не типові для її посади. Вона промовляла від імені країни у Конгресі США, була присутня на Генеральній асамблеї ООН та брала участь у багатьох самітах, просуваючи зовнішній стратегічний наратив України.

[dia/infospace/article/184523/2021-02-03-podolyak-sanktsii-proty-kanaliv-kozaka-tse-ne-nastup-na-svobodu-slova-a-protydiya-feykam-i-propagandi/](https://www.dia.infospace/article/184523/2021-02-03-podolyak-sanktsii-proty-kanaliv-kozaka-tse-ne-nastup-na-svobodu-slova-a-protydiya-feykam-i-propagandi/).

⁸ Gerard Genette, *Narrative Discourse. An Essay in Method* (Ithaca, NY: Cornell University Press, 1930).

Деякі політики намагалися зміцнити свою репутацію та приєднатися до цієї когорти лідерів громадської думки, але зазнали невдачі. Наприклад, Мар'яну Безуглу критикували за втручання та оприлюднення інформації, яка могла зашкодити українським військам на фронті⁹.

Невдовзі після російського вторгнення було зроблено другий крок з протидії дезінформації та успішного контролю національних наративів в інформаційному просторі. Основні телеканали країни почали цілодобово транслювати ідентичний контент у рамках так званого телемарафону¹⁰. Кожен канал щодня має своє «вікно» в ефірі, яке одночасно транслюють канали, що беруть участь у телемарафоні. Спочатку його показували п'ять каналів, включаючи приватні канали українських олігархів та державні канали. Потім він був оформлений законом і тепер об'єднує всі українські канали, які раніше передавали новини¹¹. Мову та меседжі координують на редакційних нарадах за участю всіх каналів, Міністерства культури та Національної ради з питань телерадіомовлення. Тривають суперечки про те, як уникнути жорсткої цензури інформаційного простору, особливо після закриття деяких телеканалів, які ніколи не вважалися проросійськими¹².

Третім кроком став запуск ефективної системи моніторингу та контролю соцмереж для протидії дезінформації та ворожій пропаганді. З 24 лютого 2022 року провайдери соціальних мереж та месенджерів здійснили низку заходів, реагуючи на війну в Україні, переважно – для протидії шкідливій дезінформації. Ці заходи включали маркування або блокування спонсорованих державою або пов'язаних із державою ЗМІ та введення додаткових заходів безпеки. Деякі заходи застосовуються конкретно до України чи Росії, інші діють лише в Євросоюзі чи у всьому світі. На ці рішення вплинула низка факторів: вимоги влади, тиск суспільства чи ініціативи самих компаній – іноді відповідно до офіційних вимог, іноді всупереч їм¹³. Соцмережі карди

⁹ Anhelina Sheremet, "Journalist Yanina Sokolova Stated That a 'Servant' (MP from Servant of the People Faction) Mariana Bezuhla commanded the military in Sievierodonetsk. And She Answered," *Babel*, June 4, 2022, <https://babel.ua/en/news/79465-journalist-yanina-sokolova-stated-that-a-servant-mp-from-servant-of-the-people-faction-mariana-bezuhla-commanded-the-military-in-sievierodonetsk-and-she-answered>.

¹⁰ Isobel Koshiw, "'Death to the Enemy': Ukraine's News Channels Unite to Cover War," *The Guardian*, May 25, 2022, <https://www.theguardian.com/world/2022/may/25/death-to-the-enemy-ukraine-news-channels-unite-to-cover-war>.

¹¹ Koshiw, "'Death to the Enemy': Ukraine's News Channels Unite to Cover War."

¹² "Putin's Way: Ukrainians React to the Shutdown of the 'Pryamyi', 'Espresso', 'Channel 5' TV channels," *Pryamyi*, April 5, 2022, <https://prm.ua/putin-s-way-ukrainians-react-to-the-shutdown-of-the-pryamyi-espresso-channel-5-tv-channels/>.

¹³ "Russia, Ukraine, and Social Media and Messaging Apps: Questions and Answers on Platform Accountability and Human Rights Responsibilities," Human Rights Watch, March 16, 2022, <https://www.hrw.org/news/2022/03/16/russia-ukraine-and-social-media-and-messaging-apps>.

нально змінили висвітлення та сприйняття війни в Україні в усьому світі¹⁴.

Українська влада та військові використовували платформи різних соцмереж, щоб показати свої успіхи та, головне, невдачі Росії. 15 березня 2022 року набули чинності Закони України № 2108-IX та № 2107-IX про протидію колабораціонізму, які встановили кримінальну відповідальність за співпрацю з державою-агресором в інформаційній, освітній, політичній, військовій, адміністративній, економічній та трудовій сферах. Публікація інформації, якою може скористатися ворог (наприклад, про місцезнаходження військових частин або ракетні удари), була обмежена. Оскільки канали соцмереж, зокрема Telegram, стали основним джерелом інформації про ситуацію в Україні та її регіонах, вони мали дотримуватися правил цензури у повідомленнях про час та місця ударів.

Соціальні мережі не лише несуть потенційну загрозу безпеці, а й служать цінним інструментом отримання необхідної інформації. Їх широко використовують для збору доказів воєнних злочинів, скоєних в Україні:

Чат-бот «e-Енему», створений Міністерством цифрових технологій України, став одним із майже десятка цифрових інструментів, створених урядом для інформування «знизу» та збирання доказів імовірних воєнних злочинів. З початку вторгнення українські посадовці, юристи та правозахисники намагалися розробити нові способи обліку та перевірки безлічі відеозаписів, фотографій і свідчень очевидців про злочини російських військ¹⁵.

Моніторинг соцмереж допомагає посилити стратегічні наративи та розвінчати контрнаративи. Платформи соцмереж також здатні оцінити свій вплив і отримати чітке уявлення про свою аудиторію, оскільки «вони можуть оцінити вашу реакцію, вони знають, як залізити вам в голову»¹⁶.

Під час війни багато хто хоче почути думку військових, але сектор безпеки та оборони України, будучи вельми негнучким, спочатку відмовчувався. Їм знадобилося кілька місяців, щоб розробити інформаційну стратегію. Важливою віхою в цьому процесі стало створення Військового медіацентру – спільної медіаплатформи, яка об'єднала всі комунікаційні можливості сил безпеки та оборони України¹⁷ для просування єдиної інформаційної політики протидії збройній агресії Росії проти України¹⁸.

¹⁴ Peter Suci, "Ukraine Is Winning on the Battlefield and on Social Media," *Forbes*, October 13, 2022, <https://www.forbes.com/sites/petersuci/2022/10/13/ukraine-is-winning-on-the-battlefield-and-on-social-media/>.

¹⁵ Vera Bergengruen, "How Ukraine Is Crowdsourcing Digital Evidence of War Crimes," *Time*, April 18, 2022, <https://time.com/6166781/ukraine-crowdsourcing-war-crimes/>.

¹⁶ Jon Berkeley, "Do Social Media Threaten Democracy?" *The Economist*, November 4, 2017, www.economist.com/leaders/2017/11/04/do-social-media-threaten-democracy.

¹⁷ "Military Media Center Began Its Work in Ukraine's Defence Sphere," Article id. 68138, Ministry of Defence of Ukraine, August 18, 2022, <https://www.mil.gov.ua/en/news/2022/08/18/military-media-center-began-its-work-in-ukraines-defence-sphere/>.

¹⁸ "Military Media Center Began Its Work in Ukraine's Defence Sphere."

Уолдман і Гавел стверджують, що для того, щоб «конкурувати на полі битви наративів, демократичні збройні сили повинні розширити свої можливості з поширення правдивих, своєчасних, глибоких розповідей про воєнні дії на основі реальних цінностей, створених за старими рецептами характерів і сюжетів, щоб охопити як широку, так і цільову аудиторію»¹⁹.

Весною-літом 2022 року наративи Міністерства оборони України у сфері безпеки формувало і просувало Управління стратегічних комунікацій Апарату Головнокомандувача Збройних сил України, яке видало Концепцію інформування щодо безпекової ситуації в Україні. У 2023 році органи сектору безпеки почали регулярно поширювати ключові тези для інформаційної реакції з основних наративів та контрнاراتивів. І хоча ця практика має свої переваги, у довгостроковій перспективі вона може стати проблемою, оскільки вона здатна завадити військовослужбовцям мислити критично.

Варто зазначити, що в той час, як багато каналів комунікації органів сектору безпеки на початку війни мовчали, найсміливіші підрозділи приділяли чимало уваги ЗМІ та суттєво збільшили базу підписників. Наприклад, популярним джерелом інформації про Маріуполь у березні 2022 року став *Azov Media*²⁰. Його публічність і продумана комунікаційна стратегія є чудовим прикладом формування іміджу.

Стратегічний наратив України – зброя великого калібру

Зазвичай під наративом розуміють «оповідання, що пояснює дії для їхнього виправдання перед аудиторією»²¹. Нарратив – це розповідь про послідовність подій, важливих як для оповідача, так і для аудиторії. Він сповіщає про події, які оповідач чи комунікатор вважає актуальними для аудиторії. Іншими словами, «ефективні наративи мають бути співзвучні основним цінностям цільової аудиторії та пропонувати переконливий опис причинно-наслідкових зв'язків, що зв'язують події у пояснювальну структуру»²². Нарратив має пояснювати рішення, демонструючи їхню логічність²³.

¹⁹ Suzanne Waldman, Sean Havel, "Launching Narrative into the Information Battlefield," *Connections: The Quarterly Journal* 21, no. 2 (2022): 111-122, <https://doi.org/10.11610/Connections.21.2.08>.

²⁰ "Azov Media," accessed September 26, 2023, www.youtube.com/c/AZOVmedia.

²¹ Norman K. Denzin, *Interpretive Biography* (Newbury Park, CA: Sage Publications, 1989).

²² Andreas Antoniadis, Alister Miskimmon, Ben O'Loughlin, "Great Power Politics and Strategic Narratives," Working Paper No. 7 (Brighton, UK: Centre for Global Political Economy, University of Sussex, 2010), www.sussex.ac.uk/webteam/gateay/file.php?name=cgpe-wp07-antoniadis-miskimmon-oloughlin.pdf&site=359.

²³ Anais Reding, Kristin Weed, Jeremy J. Ghez, "NATO's Strategic Communications Concept and Its Relevance for France" (Santa Monica, CA: The French Ministry of Defence and RAND Corporation, 2010), https://www.rand.org/pubs/technical_reports/TR855z2.html.

Стверджуючи, що літературні та культурні явища краще сприймаються в рамках узгодженої дисциплінарної структури, Ланда пов'язує цю точку зору з «великою історією», широким контекстом еволюції суспільства і життя в цілому²⁴. Сформовані як частина стратегічної комунікації і потім поширені в ЗМІ, сильні наративи можуть блокувати роздуми аудиторії про ситуацію, оскільки вони переконливо подають позірно достатню інформацію та тлумачення фактів – фактів, які, як правило, стають надбанням суспільства, будучи перекладеними на мову аудиторії та підтриманими авторитетними людьми й експертами.

Стратегічні наративи «покликані допомогти людям осмислити події, пов'язані із застосуванням військової сили, засобами, які, імовірно, викличуть якісь почуття чи думки»²⁵. Для сильних стратегічних наративів характерні чотири основні елементи²⁶: вони чітко й переконливо формулюють мету; обіцяють [військовий] успіх; цілісні та послідовні; та не мають (або мають слабких) конкурентів. Успіх будь-якого наративу залежить від обраних для нього основних понять та їх конкретної вербалізації в різних контекстах для різних аудиторій – від *фактора одержувача*, оскільки «важливо не те, що ви кажете, а те, що люди чують»²⁷, і якщо «ви хочете достукатися до людей, ви повинні навчитися говорити їхньою мовою»²⁸; від персоніфікованого змісту та цінностей, що доносяться до аудиторії; і від персоналізації та гуманізації меседжу [в рамках наративу] для того, щоб викликати емоції та спогади²⁹.

Позитивні достовірні наративи допомагають формувати стійкість населення в умовах військових дій. Про це часто забувають, але важливо розуміти, що довіра залежить від відповідності справ словам³⁰. Будь-яка маніпуляція чи обман можуть викликати протидію, а їхня ефективність залежить від уміння аудиторії розпізнати маніпуляцію, що, своєю чергою, вимагає критичного мислення.

²⁴ Jose Angel Garcia Landa, “The Story behind Any Story: Evolution, Historicity, and Narrative Mapping,” в *Emerging Vectors of Narratology*, ed. Per Krogh Hansen, John Pier, Philippe Roussin, Wolf Schmid (Berlin and Boston: De Gruyter, 2017), 567-592, <https://doi.org/10.1515/9783110555158-026>.

²⁵ Antoniadou, Miskimmon, O'Loughlin, “Great Power Politics and Strategic Narratives.”

²⁶ Jens Ringsmose, Berit K. Børgesen, “Shaping Public Attitudes towards the Deployment of Military Power: NATO, Afghanistan and the Use of Strategic Narratives,” *European Security* 20, no. 4 (2011): 505-528, 513-514, <https://doi.org/10.1080/09662839.2011.617368>.

²⁷ Frank Luntz, *Words That Work: It's Not What You Say, It's What People Hear* (New York: Hyperion, January 2007).

²⁸ Luntz, *Words That Work: It's Not What You Say*, 3.

²⁹ Luntz, *Words That Work: It's Not What You Say*, 18.

³⁰ Antti Sillanpää, “Strategic Communications and Need for Societal Narratives,” NATO Strategic Communications Centre of Excellence, November 17, 2015, accessed December 1, 2022, <https://stratcomcoe.org/news/article-by-centres-expert-antti-sillanp-strategic-communications-and-need-for-societal-narratives/59>.

На початку війни стратегічний наратив України був децентралізований і чітко не визначений. Ранні наративи відбивали дихотомію Толкієна, де абсолютне добро бореться за життя з абсолютним злом. Дихотомія «оркельф» є прикладом того, як працюють стратегічні наративи. Вони легко завоюються і пояснюють простим українцям та росіянам, чому ті мають боротися, підтримувати свою армію чи хоча б писати мотивуючі пости у соцмережах. Ці наративи проникають у свідомість людей так само, як великі фільми: у кіно глядач дистанціюється від реального життя, занурюється у вигаданий світ і надихається цінностями та принципами улюблених героїв³¹.

«Доброго вечора, ми з України», «Не переживайте, ми все відновимо», «Два-три тижні» – такі схеми наративів, що формували інформаційну картину України з весни 2022 року. Будучи частиною дискурсу військових комунікаторів, ці наративи задають тон стратегічних меседжів. Тому ми не згодні з думкою, що «український стратегічний наратив дуже специфічний [...]; він переважно створюється і поширюється самим українським народом у горизонтальній площині комунікації, а не владою, у вертикальній площині»³².

Багато експертів в Україні та за кордоном визнали міць українського стратегічного наративу:

Наратив Зеленського – блискучий, необхідний винахід воєнного часу. Але його сила і вплив зберуться лише в тому випадку, якщо він з нашою спільною допомогою зможе побудувати для своєї країни після війни інше, чудове майбутнє – з зовсім іншим правлячим класом, ніж ми бачимо в комедійному телешоу «Слуга народу»³³.

Особисті історії про військових і цивільних скорочують відстань між людьми. «Ви не самотні», «у війни людські обличчя» – ось лише деякі з ключових меседжів, адресованих аудиторії.

У перші три тижні війни облікові записи української влади регулярно розповідали в соцмережах про «Привид Києва», стверджуючи, що легендарний український льотчик збив близько 40 ворожих літаків (на той момент Росія мала лише 25 підтверджених втрат літаків, в основному від вогню ЗРК та ПЗРК)³⁴. Багато людей свято вірили в цю історію, оскільки її поширювали начебто достовірні джерела.

За іронією долі, командування Повітряних сил України пізніше роз'яснило у Facebook, що «Привид Києва – це супергерой-легенда, образ якого

³¹ Artem Zakharchenko, "The Clash of Strategic Narratives in the Russo-Ukrainian War," *Forum for Ukrainian Studies*, September 18, 2022, <https://ukrainian-studies.ca/2022/09/18/the-clash-of-strategic-narratives-in-the-russo-ukrainian-war/>.

³² Zakharchenko, "The Clash of Strategic Narratives in the Russo-Ukrainian War."

³³ David Ellwood, "Narratives, Propaganda & 'Smart' Power in the Ukraine Conflict, Part 2: Inventing a Global Presence," *CDP Blog*, July 21, 2022, <https://uscpublicdiplomacy.org/blog/pd-wartime-narratives-propaganda-smart-power-ukraine-conflict-part-2-inventing-global>.

³⁴ Ines Eisele, "Fact Check: The 'Ghost of Kyiv' Fighter Pilot," *Deutsche Welle*, April 5, 2022, www.dw.com/en/fact-check-ukraines-ghost-of-kyiv-fighter-pilot/a-60951825.

було створено українцями!»), додавши: «Ми просимо українську спільноту не нехтувати елементарними правилами інформаційної гігієни», закликавши людей «перевіряти джерела інформації, перш ніж поширювати її»³⁵.

Наративи, як розповідь про ланцюг подій, важливих і для оповідача, і для аудиторії, використовують систему цінностей аудиторії та вторгаються у когнітивний простір людей. Вони мають резонувати з основними цінностями цільової аудиторії та переконливо подавати причинно-наслідковий зв'язок, сплітаючи факти та події в одне ціле.

Український стратегічний наратив активно просували й транслювали для різних аудиторій усередині країни та за її межами. Щоб привернути увагу всього світу до війни, були адаптовані *допоміжні наративи*, що відбивають системи цінностей цільових аудиторій. Наприклад: «Зеленський зустрічається із західними знаменитостями і з'являється у модних журналах, бо це єдиний спосіб привернути увагу американського суспільства до кризи в країні»³⁶.

Таким чином, після 24 лютого 2022 року інформаційна стратегія держави стала більш відточеною, послідовною та професійною. З'явилася чітка різниця між внутрішніми та зовнішніми наративами. Внутрішні наративи перейшли від просування перебільшених міфів до акценту на мужності простих людей, які роблять невеликі, але важливі відважні вчинки. Зовнішні наративи, націлені на західну аудиторію, еволюціонували від «Допоможіть!» до «Дивіться – ми захищаємо вас. Допмагайте!»

Цікаво, що окремі наративи створювалися спеціально для російської аудиторії, наприклад: «Винні всі росіяни», «Російський народ заплатить за цю війну», і «Здавайся - житимеш!» – останнє адресоване насамперед простим солдатам.

Висновки

Зусилля України зі створення ефективних можливостей інформаційної війни вказують критичну потребу у комплексній системі стратегічної комунікації, здатній швидко адаптуватися до мінливих інформаційних умов, де дезінформація та пропаганда створюють серйозні проблеми. Україна нещодавно розробила ефективну систему стратегічної комунікації для трансляції свого наративу про (не)безпеку. Трьохступінчаста стратегія включала призначення військових комунікаторів (створення мережі спікерів та лідерів громадської думки), контроль над інформаційною сферою через телемарафон спільних новин і запуск ефективної системи моніторингу та протидії пропаганді та дезінформації у соцмережах. Ці зусилля сприяли уніфікації інформаційної

³⁵ Laurence Peter, "How Ukraine's 'Ghost of Kyiv' Legendary Pilot Was Born," *BBC*, May 21, 2022, <https://www.bbc.com/news/world-europe-61285833>.

³⁶ Sonny Bunch, "The Zelenskys Are in Vogue. That Makes Them Smart, Not Silly," *The Washington Post*, July 28, 2022, <https://www.washingtonpost.com/opinions/2022/07/28/zelensky-vogue-annie-leibovitz-smart/>.

стратегії держави. Послідовна та скоординована передача стратегічних наративів військовими забезпечила її успіх.

Українська система стратегічної комунікації дотримується основних принципів ефективною стратегічної комунікації. Вона сприяла формуванню міцних професійних відносин зі ЗМІ. Вона визнає важливість фактора одержувача та різноманітності медіаканалів при виборі найкращих платформ для своїх меседжів.

Інформаційна стратегія України покращилась і зміцнилась. Кожен меседж вписується у загальний стратегічний наратив. Внутрішні та зовнішні наративи можна чітко розділити, виходячи з їх основних функцій. Створення окремих наративів для різних цільових аудиторій потрібне для того, щоб викликати відгук як у внутрішньої, так і у міжнародної громадськості. Водночас існує тонкий баланс між повідомленнями про *безпеку* та *небезпеку* в Україні. Не слід забувати і про істину та відчайдушне бажання почути правду. Люди почали шукати альтернативні джерела інформації, починаючи від іноземних ЗМІ, що добре зарекомендували себе, і закінчуючи підконтрольними противнику соцмережами.

Оскільки Україна нарощує свої можливості інформаційної війни, їй доводиться шукати хиткий баланс. З одного боку, необхідно забезпечити свободу слова та дотримуватися демократичних принципів, уникаючи необгрунтованої цензури. З іншого, треба припиняти поширення шкідливої дезінформації, що загрожує безпеці та стабільності держави. Такий збалансований підхід не лише підвищить стійкість України до гібридних загроз, а й зміцнить її позиції як демократичної країни на світовій арені.

Застереження

Представлені тут погляди належать виключно авторам і можуть не відображати офіційну політику Консорціуму «Партнерство заради миру», чи його керівництва.

Про авторів

Д-р **Ірина Лисичкіна** – зав. кафедрою філології, перекладу та стратегічної комунікації Національної академії Національної гвардії України.

Електронна пошта: ilysyckina@nangu.edu.ua

Д-р **Ольга Лисичкіна** – доцент Національної академії Національної гвардії України. *Електронна пошта:* olysyckina@gmail.com