

Лимар Валерія Валеріївна

## Безпековий контекст міжнародних стратегічних комунікацій

УДК 327.316.77

DOI <https://doi.org/10.24195/2414-9616.2023-4.27>

Лимар Валерія Валеріївна  
доктор економічних наук, доцент,  
професор,  
в.о. завідувача кафедри міжнародних  
відносин і зовнішньої політики  
Донецького національного університету  
імені Василя Стуса  
вул. 600-річчя, 21, Вінниця, Україна  
ORCID: 0000-0002-4328-7529

**Актуальність проблеми.** У даній роботі досліджується корисність і роль міжнародних стратегічних комунікацій у сфері безпеки в умовах посилення гібридних загроз, інформаційних протистоянь, розвитку інформаційних технологій і соціальних медіа, активізації атак з боку різних державних і недержавних суб'єктів на демократичні цінності, на яких ґрунтується західне суспільство. У цьому широкому і складному контексті міжнародні стратегічні комунікації пов'язують демократичні цінності, державні інститути, інтеграційні об'єднання, такі як НАТО і ЄС, засоби комунікації, різні національних та міжнародних акторів. Міжнародні стратегічні комунікації можуть стати фактором, який необхідний для того, щоб зупинити розвиток неліберальних тенденцій (популістських і/або екстремістських), підвищити стійкість суспільства перед дезінформаційними кампаніями, а також сприяти поширенню серед молодих поколінь і євроскептиків тих цінностей, які забезпечували мир і розвиток Європи протягом останніх 60 років.

**Метою** даного дослідження є вивчення підходів до розуміння міжнародних стратегічних комунікацій, аналіз документів, які визначають дане поняття, а також визначення ролі міжнародних стратегічних комунікацій у збереженні міжнародної безпеки.

**Методи дослідження.** Методом компаративного аналізу досліджено підходи до визначення поняття міжнародних стратегічних комунікацій, завдяки загальнонауковим методам пізнання (дедукції та індукції) структуровано основні риси, як характеризують важливість розвитку міжнародних стратегічних комунікацій для збереження міжнародної безпеки.

**Результати дослідження.** Міжнародні стратегічні комунікації відображають потребу, яку відчувають державні установи, у компоненті, що спрямовує діяльність з комунікації з громадськістю, яка зазвичай здійснюється на основі стратегічного бачення. Стратегія передбачає планування середньо- та довгострокової діяльності з достатньою гнучкістю, щоб врахувати зміни в суспільстві, які можуть завдати шкоди місії або іміджу відповідної установи. Процес стратегічної комунікації має бути достатньо послідовним, чітким і ясным, щоб відобразити динаміку, складність, гнучкість і корисність концепції в організації комунікаційних кампаній установ у сфері безпеки і оборони. Стратегічні комунікації охоплюють різні цілі і методи, характерні для різних видів комунікації, об'єднані єдиним підходом, що забезпечується стратегічною комунікацією, фокусуванням на стратегії як інтегруючому елементі, що сприяє зміні або впливу на ставлення, поведінку і цінності цільової аудиторії. Кінцева мета стратегічних комунікацій полягає в тому, щоб кожен член цільової аудиторії сприймав державні та суспільні цінності, інтереси та цілі як необхідні та реальні, якщо не життєво важливі для індивідуального добробуту.

Таким чином, стратегічні комунікації, мас-медіа, онлайн-комунікація, зв'язки з громадськістю, комунікація впливу, організаційна комунікація в рамках стратегічних комунікаційних кампаній сприяють ефективній та узгодженій організації процесів сприйняття та репрезентації суспільної та соціальної реальності, звертаючись до гетерогенної аудиторії, з різним профілем, яка піддається різним видам дезінформації, користується різноманітними джерелами інформації з різним ступенем достовірності. Без скоординованої стратегії успішна комунікація за таких обставин була б неможливою. Стратегічні комунікації може запропонувати необхідні рамки для роботи гнучких, інтегрованих кампаній, здатних протистояти явищу зміни суспільної реальності, що агресивно підтримується державними акторами, зацікавленими в дестабілізації демократичних суспільств.

**Ключові слова:** міжнародні стратегічні комунікації, міжнародна безпека, гібридні загрози, комунікаційні кампанії, демократичні цінності, міжнародні актори, права людини.

**Вступ.** У даній роботі досліджується корисність і роль міжнародних стратегічних комунікацій у сфері безпеки в умовах посилення гібридних загроз, інформаційних протистоянь, розвитку інформаційних технологій і соціальних медіа, активізації атак з боку різних державних і недержавних суб'єктів на демократичні цінності, на яких ґрунтується західне суспільство. У цьому широкому і складному контексті міжнародні стратегічні комунікації пов'язують демократичні цінності, державні інститути, інтеграційні об'єднання, такі як НАТО і ЄС, засоби комунікації, різні національних та між-

народних акторів. Міжнародні стратегічні комунікації можуть стати фактором, який необхідний для того, щоб зупинити розвиток неліберальних тенденцій (популістських і/або екстремістських), підвищити стійкість суспільства перед дезінформаційними кампаніями, а також сприяти поширенню серед молодих поколінь і євроскептиків тих цінностей, які забезпечували мир і розвиток Європи протягом останніх 60 років.

Інформаційною базою дослідження є Національна стратегія публічної дипломатії та стратегічних комунікацій США від червня 2007 р., документи

Об'єднаного штабу Міністерства оборони США, Стратегічного комітету НАТО та роботи Татема С., які присвячені аналізу концептуальних основ міжнародних стратегічних комунікацій.

**Метою** даного дослідження є вивчення підходів до розуміння міжнародних стратегічних комунікацій, аналіз документів, які визначають дане поняття, а також визначення ролі міжнародних стратегічних комунікацій у збереженні міжнародної безпеки.

**Методи дослідження.** Методом компаративного аналізу досліджено підходи до визначення поняття міжнародних стратегічних комунікацій, завдяки загальнонауковим методам пізнання (дедукції та індукції) структуровано основні риси, які характеризують важливість розвитку міжнародних стратегічних комунікацій для збереження міжнародної безпеки,

**Результати дослідження.** Концептуалізація міжнародних стратегічних комунікацій у сфері безпеки вперше з'явилася, коли цей процес був вперше згаданий у «Словнику військових і пов'язаних з ними термінів» Міністерства оборони США, у Вашингтоні, в 2001 р. Раніше і пізніше цей термін використовувався в інших сферах, оскільки стратегічні комунікації передбачаються, застосовуються і практикуються установами, організаціями, компаніями, які хочуть досягти великого, комплексного, середньо- і довгострокового впливу на цільові аудиторії, з якими вони пов'язані, і, таким чином, сприяти просуванню їхніх фундаментальних і визначальних цінностей.

Першим важливим офіційним документом, в якому згадується роль «стратегічних комунікацій» у просуванні цінностей держави у світі, є Національна стратегія публічної дипломатії та стратегічних комунікацій США від червня 2007 р. У цьому документі згадуються цілі національної безпеки США відповідно до Стратегії національної безпеки Сполучених Штатів: «Відстоювати людську гідність; зміцнювати альянси проти тероризму; розряджати регіональні конфлікти; запобігати загрозам від зброї масового знищення; сприяти глобальному економічному зростанню; розширювати коло розвитку; співпрацювати з іншими центрами глобальної сили; трансформувати інститути національної безпеки Америки, щоб вони відповідали викликам і можливостям двадцять першого століття» [1]. У цьому контексті метою процесів публічної дипломатії та стратегічної комунікації була підтримка фундаментальних цінностей та цілей національної безпеки, як вони і повинні були підтримувати:

- підкреслювати відданість США свободі, правам людини, гідності та рівності кожної людини;
- звертатися до тих, хто поділяє ідеали США;
- підтримувати тих, хто бореться за свободу і демократію;
- протидіяти тим, хто сповідує ідеологію ненависті та гноблення [2].

Можна помітити, що ця перша стратегія щодо публічної дипломатії та стратегічних комунікацій має головною метою просування демократичних і ліберальних цінностей на міжнародному, а не на внутрішньому рівні, що фокус і орієнтація зосереджені не на внутрішній ситуації, а на різних регіональних і глобальних контекстах і ситуаціях з точки зору того, що США вважають фундаментальними цінностями для відкритого і вільного суспільства. Кінцевою і надзвичайно амбітною метою є забезпечення безпеки в глобальному масштабі шляхом усунення тих елементів, які суперечать пропагованим цінностям. Ця стратегія також встановлює стратегічні цілі, спрямовані на зарубіжну аудиторію:

- США мають пропонувати позитивне бачення надії та можливостей, яке ґрунтується на її базових цінностях;
- разом зі своїми партнерами США прагнуть ізолювати та маргіналізувати насильницьких екстремістів, які загрожують свободі та миру, яких прагнуть цивілізовані люди кожної нації, культури та віри;
- США повинні працювати над розвитком спільних інтересів та цінностей між американцями та народами різних країн, культур та віросповідань у всьому світі [3].

Водночас, стратегія також визначає аудиторії, на які вона спрямована:

- ключові впливові актори: ті, чия точка зору може мати ефект впливу на все суспільство;
- вразливі групи населення: молодь, жінки та дівчата, меншини;
- масова аудиторія [4].

Аналіз цієї стратегії дає низку переваг для розуміння процесів публічної дипломатії та стратегічних комунікацій. У ній чітко представлені цінності, які необхідно просувати, дії, які необхідно здійснити для їх просування, цілі, яких необхідно досягти, цільові аудиторії, заходи, необхідні для моніторингу процесу, в тому числі способи розподілу ресурсів. Структурно ця стратегія включає в себе всі елементи, необхідні для побудови ефективних стратегічних комунікацій відповідно до безпекових інтересів США. Навіть якщо вона орієнтована на іноземну аудиторію, після досягнення поставлених цілей США також досягають власних інтересів у сфері внутрішньої безпеки.

Незважаючи на те, що Національна стратегія публічної дипломатії та стратегічних комунікацій США пропонує чітку основу для організації стратегічних комунікацій, вона не дає визначення того, що таке стратегічні комунікації як такі. Однак, щоб зрозуміти концепцію, ми можемо звернутися до визначень, які використовуються у сфері безпеки та в інших соціальних сферах для цього процесу. Ми проаналізуємо їх по черзі і синтезуємо визначення того, що може являти собою процес стратегічної комунікації у сфері безпеки.

У 2009 році Об'єднаний штаб Міністерства оборони США [5] у своєму документі запропонував наступне визначення стратегічних комунікацій: «узгодження декількох напрямків діяльності (наприклад, реалізація політики, зв'язки з громадськістю, пересування військ, інформаційні операції тощо), які разом створюють ефекти для підтримки національних цілей. Стратегічна комунікація, по суті, означає обмін значенням (тобто комунікацію) на підтримку національних цілей (тобто стратегічно). Це передбачає як слухання, так і передачу, і стосується не лише інформації, але й фізичної комунікації – дії, яка передає значення» [6].

Очевидно, що це визначення слугує військовим цілям, оскільки воно розроблене Об'єднаним комітетом начальників штабів збройних сил США: у ньому йдеться про маневреність військ, інформаційні операції тощо. Водночас, навіть попри те, що воно дещо плутано виражає ідеї з теорії комунікації, визначення має перевагу в тому, що точно вказує на визначальну природу цього виду комунікації: синхронізація комунікаційних процесів – «узгодження численних напрямів діяльності» – з метою виконання фундаментальних місій конкретних інституцій – «для підтримки національних цілей». Крім того, автори включають у визначення структурні елементи, одні організаційні, інші – процесні, які забезпечують його функціональність: «зв'язки з громадськістю, пересування сил, інформаційні операції».

Цей перелік не є ні випадковим, ні плутаним, оскільки він еkleктично охоплює всю складність дій і процесів, які мають бути синхронізовані для забезпечення узгодженості стратегічних комунікацій. У 2008 році, аналізуючи відносно новий на той час термін, Татем С.А. (S.A. Tatham) пропонує визначення стратегічних комунікацій у сфері оборони. Татем С.А. запропонував визначення стратегічних комунікацій у сфері оборони для уряду Сполученого Королівства: «Систематична серія послідовних і узгоджених заходів, що проводяться на стратегічному, оперативному і тактичному рівнях, які дають змогу зрозуміти цільові аудиторії, визначити ефективні канали, а також розвивати і просувати ідеї та думки через ці канали з метою просування і підтримки певних типів поведінки» [7].

Це роз'яснення стає надзвичайно важливим з двох причин: по-перше, тому що воно дозволяє здійснювати вплив на внутрішню аудиторію, використовуючи засоби і методи стратегічних комунікацій, і, по-друге, тому що в нинішніх умовах воно підтримує використання стратегічних комунікацій для просування демократичних цінностей. Ця нова тенденція до залучення до стратегічних комунікацій була також розвинута в НАТО. У серпні 2010 року НАТО прийняла Військову концепцію стратегічних комунікацій НАТО, в якій дається визначення стратегічних комунікацій з точки зору

Альянсу: Стратегічні комунікації НАТО – це керований керівництвом процес, спрямований на посилення здатності Альянсу узгоджено формулювати свої наративи, теми і повідомлення для зовнішньої і внутрішньої аудиторії. Стратегічний комітет НАТО забезпечує стратегічне політичне і військове керівництво і управління на основі інформаційної стратегії, схваленої Північноатлантичною радою» [8].

Знову ж таки, можна помітити, що аудиторії, на які спрямована комунікація, є однаково зовнішніми і внутрішніми. Важливий і новий елемент, який містить визначення НАТО, пов'язаний зі згадкою про елемент, який становить специфічну відмінність стратегічної комунікації порівняно з іншими комунікаційними процесами: «наративи». Ці наративи являють собою вирази, формули, ідеї, які здатні генерувати нові і різноманітні, але узгоджені теми і повідомлення, спрямовані на будь-якого члена цільової аудиторії в довгостроковій або навіть дуже довгостроковій перспективі. Операціоналізуючи ці наративи, підхід НАТО до міжнародних стратегічних комунікацій стає значною мірою комунікативним, і в цьому він відрізняється від американського, який є здебільшого діяльним і менш комунікативним за своєю природою. Більше того, в НАТО стратегічна комунікація одночасно є функцією управлінських структур, а не лише виконавчих, як це було спочатку в американському підході.

Татем С.А. у своїй роботі 2014 року зазначає, що необхідне подальше роз'яснення щодо того, що таке стратегія НАТО StratCom і що вона передбачає, шляхом уточнення деяких ключових компонентів процесу. На думку Татема С.А., стратегічні комунікації передбачають: «розуміння, інформування і залучення аудиторії для просування інтересів і цілей шляхом впливу на сприйняття, ставлення, переконання і поведінку; узгодження дій, образів, слів на підтримку політики і планування для досягнення всеосяжних стратегічних цілей – визнання того, що всі операції і заходи мають важливий комунікаційний компонент, тому що все, що НАТО говорить і робить, або не говорить і не робить, має передбачувані і непередбачувані наслідки, з передбачуваною і непередбачуваною аудиторією; визнання того, що StratCom є не додатковою функцією, а невід'ємною частиною планування і проведення всіх військових операцій і заходів» [9].

У 2017 році ці ідеї з'явилися в новій військовій політиці НАТО щодо стратегічних комунікацій [10]. Згідно з цією політикою, стратегічні комунікації в НАТО – це «інтеграція комунікаційних можливостей і функцій інформаційного персоналу з іншими видами військової діяльності з метою розуміння і формування інформаційного середовища (IC) на підтримку цілей і завдань НАТО» [11]. Згідно з цією доктриною, реалізація стратегічних комунікацій має ґрунтуватися на спільних зусиллях, які базуються на наступних принципах:

- вся діяльність ґрунтується на цінностях НАТО;
- діяльність визначається цілями, що впливають з наративу, політики і стратегії, розроблених в рамках військово-політичного керівництва;
- авторитет і довіра є життєво важливими атрибутами і повинні бути захищені;
- слова і дії повинні бути узгоджені;
- інформаційне середовище повинно бути зрозумілим;
- комунікація є колективним і інтегрованим зусиллям;
- основна увага приділяється досягненню бажаного ефекту (ефектів) і результату (результатів);
- комунікація здійснюється на всіх рівнях;
- комунікація має повноваження на всіх рівнях [11].

Визначення стратегічних комунікацій та їхніх принципів, викладені в політиці НАТО від 2017 року, чітко вказують на той факт, що початковий фокус на комунікативній складовій стратегічних комунікацій змістився в бік дійових рамок військових операцій з чіткою місією соціального впливу – створення наративів, апеляція до цінностей, підтримання авторитету і довіри – без відмінностей щодо типу цільової аудиторії: внутрішньої чи зовнішньої, вороже налаштованої, лояльної чи байдужої.

Починаючи з 2010 року, стратегічні комунікації стають необхідністю в контексті експоненціального розвитку соціальних медіа, інтенсифікації дезінформації в Інтернеті, диверсифікації засобів, джерел і мішеней маніпулятивних кампаній впливу, зростання дефіциту довіри в західних ліберальних демократіях через прищеплення і підтримку неліберальних ідеологій в європейських країнах і США. Стратегічні комунікації – це процес, покликаний протидіяти реструктуризаційним ефектам дезінформації та зловмисної інформації, спрямований не лише на зовнішню аудиторію з метою просування національних інтересів, але й на внутрішню аудиторію з метою підвищення її стійкості перед лицем інформаційних атак.

Незважаючи на те, що необхідність і важливість стратегічних комунікацій більш ніж очевидна, в цьому відношенні досягнень менше, ніж доктрин. Організаційні, технологічні та інформаційні заходи вітаються в короткостроковій перспективі, оскільки вони можуть лише заблокувати шкідливий контент, що є неабияким досягненням, але цього все одно недостатньо, оскільки будь-який технологічний бар'єр може бути подоланий, а будь-яка організаційна структура може стати недієздатною. Причина такої ситуації криється в самих функціональних особливостях процесу стратегічних комунікацій. Пояснимо їх по черзі.

Розроблені та застосовані в контексті військових операцій з підтримки миру, примусу до миру, соціальної реконструкції, вектори стратегічних комунікацій були створені структурами, які

вже мали таку місію і спеціалізувалися на цьому типі процесів: структури психологічних операцій та інформаційних операцій. Вони займаються соціальним впливом та просуванням інтересів державної безпеки. Підтримка, яку вони надають військовим місіям, є загальноновизнаною, і іноді вони були на передньому краї планування та виконання певних місій. Але все це здійснювалося з орієнтацією на зовнішню аудиторію – аудиторію, яка вважалася супротивником, якщо не вороже налаштованою. І ця ситуація якраз і відображала доктрину PsyOps та InfoOps, згідно з якою конкретні дії, які вони здійснюють, не націлені на внутрішню аудиторію, а лише на аудиторію супротивника. Поки структури PsyOps та InfoOps працюють лише на виконання цієї місії, проблем не виникає, але коли ці структури працюють на стратегічну комунікацію, все стає не так просто, оскільки метою стратегічної комунікації є вплив і на свою внутрішню аудиторію, що суперечить доктринам PsyOps та InfoOps. Ці структури опиняються перед етичною дилемою: чи повинні вони поступитися принципами, на яких вони засновані, чи не виконати свою місію.

Ця дилема має рішення, і воно не є гіпотетичним. Як пояснювалося раніше, перша згадка про стратегічні комунікації як підтримку військових місій з'являється в США в 2001 році, в той самий час, коли в США був визначений перший ворог, який не був альянсом, державою, групою сил, а явищем: тероризм. США розпочали війну проти підступного, дифузного, безперервного явища, в якому задіяні збройні сили, але не тільки. Війна з тероризмом була і залишається війною, яка ведеться як всередині, так і за межами національних кордонів. Інакше ця війна була б програна. Як і будь-яке явище, тероризм не визнає політичних чи культурних кордонів. Він проявляється скрізь, де знаходить проломи в безпеці, і скрізь, де знаходить прихильників.

Те ж саме відбувається сьогодні з іншим явищем, яке отримало кілька назв, яке проявляється під різними личинами і яке вже не є випадковою низкою подій. В його основі лежить трансляція інформаційного контенту, роль якого полягає в деформації сприйняття реальності, послабленні довіри до соціальної структури та руйнуванні відносин солідарності та соціальної згуртованості. Це називається маніпуляцією, дезінформацією, фейковими новинами, альтернативною реальністю. Останнє словосполучення, можливо, є найбільш відповідним до мети, яку воно переслідує, оскільки явище, яке розгортається на наших очах, є нічим іншим, як агресивною спробою змінити суспільну реальність. Це явище, безумовно, набагато підступніше і, можливо, небезпечніше за своїми масштабами і проявами, ніж тероризм. Тероризм беруть на себе його виконавці, ті, хто його підтримує і пропагує. Терористів можна ідентифікувати і визна-

чити як таких. Але авторів, які стоять за цим феноменом зміни суспільної реальності, не можна легко ідентифікувати, не можна оголосити мішенями.

Тим більше, що несвідомо жертви цієї агресії стають, у свою чергу, безневинними векторами, які далі поширюють на себе маніпулятивний контент, дезінформацію, фейки, альтернативні реальності, які генеруються. Таким чином, ми опиняємося в ситуації, коли ці жертви стають супротивниками всередині суспільств, які живуть у тій самій суспільній реальності, але сприймають її у викривленому вигляді через формоутворення, спричинене цим феноменом. Жертви та агресори стають легітимними членами однієї і тієї ж реальності, втягнутими в одні й ті ж соціальні відносини, які вони оцінюють абсолютно протилежним чином. Це успішна формула суспільного і державного розчинення, формула, яка була використана в Україні в 2014 році державними акторами, зацікавленими в розхитуванні соціальних, політичних, економічних артикуляцій цієї країни.

У цьому контексті стає доцільним і необхідним переосмислення доктрини стратегічної комунікації з огляду на її місію. Міжнародні стратегічні комунікації мають стати засобом боротьби з тим інформаційним контентом, який спрямований на зміну суспільної реальності. Здатність виконати цю місію лежить в площині позитивних наративів – елементів, які представляють специфіку стратегічних комунікацій. Позитивні наративи здатні підтримувати та відновлювати адекватне сприйняття суспільної реальності відповідно до інтересів безпеки суспільства та державних інтересів.

Таким чином, стратегічні комунікації можуть бути спрямовані і на внутрішню аудиторію, як передбачав Татем С.А. у 2008 році. Це правда, що в політиці НАТО зі стратегічних комунікацій 2017 року не було розмежування щодо цільової аудиторії, але вона також не була чіткою в цьому відношенні, достатньо чіткою, щоб скасувати політику в галузі пси-операцій та інфо-операцій. Переосмислення такої природи стратегічних комунікацій могло б подолати етичні та доктринальні обмеження щодо впливу на внутрішню аудиторію, а стратегічні комунікації могли б стати ефективним інструментом у розпорядженні демократичних урядів для подолання феномену зміни суспільної реальності. Визначальним напрямком стратегічних комунікацій може стати боротьба з маніпуляціями, дезінформацією, фейковими новинами, альтернативною реальністю, а не вплив на громадськість.

Однак слід сказати, що з явищем зміни суспільної реальності неможливо боротися лише за допомогою позитивних наративів та меседжів впливу, які можуть транслювати стратегічні комунікації. Стратегічна комунікація може підтримувати таку місію лише в середньостроковій перспективі, а в довгостроковій – місія забезпечення

адекватного сприйняття суспільної реальності має належати суспільним освітнім програмам. Разом навчання компетенціям репрезентації суспільної реальності, генерування позитивних наративів та організаційно-технологічні заходи мають шанс побороти феномен зміни сприйняття суспільної реальності, інструментами якого є державні актори, зацікавлені в дестабілізації демократичних урядів і суспільств. Наразі ця боротьба більшою мірою покладається на медіа-інституції, оскільки вважається, що трансляція інформаційного контенту, незалежно від його мети чи характеру, є лише частиною величезного процесу масової комунікації. Поза увагою залишається той факт, що саме ці канали мас-медіа та нові медіа найбільш активно використовуються державними акторами, зацікавленими у поширенні та підтримці феномену зміни суспільної реальності. Більше того, традиційні ЗМІ та інститути нових медіа не мають місії виявлення зовнішніх інформаційних загроз та калібрування суспільної реальності відповідно до інтересів безпеки. Це місія інституцій, відповідальних за просування культури безпеки.

Аспект, який залишається фундаментальним для процесу стратегічних комунікацій, – це необхідність суворої координації та послідовності повідомлень для досягнення бажаних результатів. З цієї причини стратегічні комунікації повинні передбачатися, розроблятися і координуватися на найвищому державному рівні, на тому ж рівні, на якому розробляється стратегія національної безпеки, для того, щоб ці два документи були синхронізовані і трансформували в позитивні наративи ідеї та повідомлення, що стосуються безпеки. А просувати ці ідеї та меседжі будуть за допомогою стратегічних комунікаційних кампаній, які проходять у кілька етапів.

Аналіз цільової аудиторії з метою визначення категорій, на які її можна поділити за: знаннями щодо цінностей, які вона поділяє, цінностей безпеки та інтересів, які вона переслідує; джерелами отримання інформації; ступенем стійкості до дезінформації. Визначення цілей стратегічної комунікації для кожної з виділених цільових груп; на нашу думку, наразі неможливо однією метою охопити всі категорії цільової аудиторії, адже відмінності між групами є суттєвими і продиктовані не лише класичними аспектами: вік, стать, освіта, а й джерелами інформації, з якими взаємодіють представники цільової аудиторії, особистими інтересами та досвідом; епоха соціальних медіа надала можливість кожному представити свої ідеї та створила передумови для того, щоб кожен голос міг заявити про свою індивідуальність і розраховувати на те, що його інтереси та потреби будуть враховані в суспільних діях.

Розробка меседжів одночасно з розробкою плану дій зі стратегічних комунікацій під виглядом позитивних наративів, які можуть трансфор-

мувати універсальні цінності, що пропагуються демократичними урядами: демократію, верховенство права, свободу вираження поглядів, права людини, права меншин, боротьбу з корупцією, у повідомлення, які зрозумілі людям, резонують з ними та співвіднесені з реальністю; позитивні наративи можуть трансформувати абстрактні поняття, інформацію, статистичні дані у розповіді, які легко запам'ятовуються та відтворюються, сприяючи, таким чином, зміні, впливу та адаптації поведінки. Оцінка результатів промоційних кампаній та моніторинг ступеня сприйняття тих чи інших суспільних і соціальних цінностей, які покажуть, якою мірою була досягнута мета стратегічної комунікації, наскільки позитивним наративом вдалося створити відповідну базу для боротьби з явищем зміни суспільної та соціальної реальності, може стати майбутнім напрямком дій та проактивної адаптації позитивних наративів.

Охоплення всіх цих етапів у передбачуваний і послідовний спосіб може призвести до стратегічних комунікаційних кампаній, які відповідають короткостроковій і середньостроковій задекларованій меті, а саме: підтримувати бажану суспільну реальність для внутрішньої аудиторії, щоб проактивно підвищувати стійкість людей перед обличчям дезінформації, фейкових новин, несприятливих альтернативних реальностей.

**Висновки.** Міжнародні стратегічні комунікації відображають потребу, яку відчують державні установи, у компоненті, що спрямовує діяльність з комунікації з громадськістю, яка зазвичай здійснюється на основі стратегічного бачення. Стратегія передбачає планування середньо- та довгострокової діяльності з достатньою гнучкістю, щоб врахувати зміни в суспільстві, які можуть завдати шкоди місії або іміджу відповідної установи. Процес стратегічної комунікації має бути достатньо послідовним, чітким і яким, щоб відобразити динаміку, складність, гнучкість і корисність концепції в організації комунікаційних кампаній установ у сфері безпеки і оборони. Стратегічні комунікації охоплюють різні цілі і методи, характерні для різних видів комунікації, об'єднані єдиним підходом, що забезпечується стратегічною комунікацією, фокусуванням на стратегії як інтегруючому елементі, що сприяє зміні або впливу на ставлення, поведінку і цінності цільової аудиторії. Кінцева мета стратегічних комунікацій полягає в тому, щоб кожен член цільової аудиторії сприймав державні та суспільні цінності, інтереси та цілі як необхідні та реальні, якщо не життєво важливі для індивідуального добробуту.

Таким чином, стратегічні комунікації, мас-медіа, онлайн-комунікація, зв'язки з громадськістю, комунікація впливу, організаційна комунікація в рамках стратегічних комунікаційних кампаній сприяють ефективній та узгодженій організації

процесів сприйняття та репрезентації суспільної та соціальної реальності, звертаючись до гетерогенної аудиторії, з різним профілем, яка піддається різним видам дезінформації, користується різноманітними джерелами інформації з різним ступенем достовірності. Без скоординованої стратегії успішна комунікація за таких обставин була б неможливою. Стратегічні комунікації може запропонувати необхідні рамки для розробки гнучких, інтегрованих кампаній, здатних протистояти явищу зміни суспільної реальності, що агресивно підтримується державними акторами, зацікавленими в дестабілізації демократичних суспільств.

#### ЛІТЕРАТУРА:

1. Action Plan on strategic communication, 22 June 2015. URL: <http://archive.eap-csf.eu/assets/files/Action%20Plan.pdf>.
2. Comunicare a Comisiei către Parlamentul European, Consiliu, Comitetul Economic și Social European și Comitetul Regiunilor, Combaterea dezinformării online: o abordare europeană, 26 April 2018. URL: <https://eurlex.europa.eu/legal-content/RO/TXT/PDF/?uri=CELEX:52018DC0236&from=EN>.
3. European Council meeting (19 and 20 March 2015) – Conclusions, 20 March 2015. URL: <https://www.consilium.europa.eu/media/21888/european-council-conclusions-19-20-march-2015-en.pdf>.
4. Final report of the High Level Expert Group on Fake News and Online Disinformation, 12 March 2018. URL: <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/news/final-report-high-level-expert-group-fakenews-and-online-disinformation>.
5. Joint Communication to the European Parliament, the European Council, the Council, the European Economic and Social Committee and the Committee of the Regions, Action Plan against Disinformation, 12 December 2018. URL: [https://eeas.europa.eu/sites/eeas/files/action\\_plan\\_against\\_disinformation.pdf](https://eeas.europa.eu/sites/eeas/files/action_plan_against_disinformation.pdf).
6. Joint Staff's October 2009 Joint Integrating Concept for Strategic Communication. URL: <https://apps.dtic.mil/dtic/tr/fulltext/u2/a510204.pdf>.
7. Military Concept for NATO Strategic Communications, 12 august 2010. URL: <https://publicintelligence.net/nato-stratcomconcept/>.
8. Questions and Answers about the EastStratCom Task Force, 5 December 2015. URL: [https://eeas.europa.eu/headquarters/headquarters-homepage\\_en/2116/](https://eeas.europa.eu/headquarters/headquarters-homepage_en/2116/).
9. Strategic communications, European External Action Service. URL: [https://eeas.europa.eu/headquarters/headquartershomepage/100/strategic-communications\\_en](https://eeas.europa.eu/headquarters/headquartershomepage/100/strategic-communications_en).
10. U.S. National Strategy for Public Diplomacy and Strategic Communication, 2007. URL: [http://www.au.af.mil/au/awc/awcgate/state/natstrat\\_strat\\_comm.pdf](http://www.au.af.mil/au/awc/awcgate/state/natstrat_strat_comm.pdf). Tatham, Steve, Strategic Communication: A Primer, Defence Academy of the United Kingdom, 2008.
11. Tatham, Steve; Le PAGE, Rita, NATO Strategic Communication: More to be Done?, National Defence Academy of Latvia, Center for Security and Strategic Research, Riga, 2014.

## Security context of international strategic communication

Lymar Valeriia Valeriivna

Doctor of Economic Sciences, Associate Professor, Professor,  
Acting Head of the International Relations and Foreign Policy Department  
Vasyl' Stus Donetsk National University  
600-richchia str., 21, Vinnytsia, Ukraine  
ORCID: 0000-0002-4328-7529

**Relevance of the problem.** *This paper examines the usefulness and role of international strategic communications in the security sphere in the context of growing hybrid threats, information confrontations, the development of information technologies and social media, and intensified attacks by various state and non-state actors on the democratic values on which Western society is based. In this broad and complex context, international strategic communications link democratic values, state institutions, integration associations such as NATO and the EU, communication media, and various national and international actors. International strategic communications can become a factor that is necessary to stop the development of illiberal trends (populist and/or extremist), increase the resilience of society to disinformation campaigns, and promote the values that have ensured peace and development in Europe over the past 60 years among younger generations and Eurosceptics.*

**The purpose of this study** is to examine approaches to understanding international strategic communications, analyze the documents that define this concept, and determine the role of international strategic communications in maintaining international security.

**Research methods.** *Using the method of comparative analysis, approaches to defining the concept of international strategic communications are studied, and using general scientific methods of cognition (deduction and induction), the main features that characterize the importance of developing international strategic communications for maintaining international security are structured,*

**Results of the study.** *International strategic communication reflects the need felt by government agencies for a component that guides public relations activities, which are usually based on a strategic vision. The strategy involves planning medium- and long-term activities with sufficient flexibility to take into account changes in society that may be detrimental to the mission or image of the institution. The strategic communication process should be sufficiently consistent, clear and explicit to reflect the dynamics, complexity, flexibility and usefulness of the concept in organizing the communication campaigns of security and defense institutions. Strategic communication encompasses different objectives and methods typical of different types of communication, united by a single approach provided by strategic communication, focusing on strategy as an integrating element that promotes change or influence on the attitudes, behavior and values of the target audience. The ultimate goal of strategic communication is for each member of the target audience to perceive state and societal values, interests and goals as necessary and real, if not vital, to individual well-being.*

*Thus, strategic communications, mass media, online communication, public relations, influence communication, organizational communication within strategic communication campaigns contribute to the effective and coordinated organization of the processes of perception and representation of social and social reality, addressing a heterogeneous audience with different profiles, exposed to different types of disinformation, using various sources of information with varying degrees of reliability. Without a coordinated strategy, successful communication in such circumstances would be impossible. Strategic communications can offer the necessary framework for developing flexible, integrated campaigns that can withstand the phenomenon of changing social reality, aggressively supported by state actors interested in destabilizing democratic societies.*

**Key words:** *international strategic communication, international security, hybrid threats, communication campaigns, democratic values, international actors, human rights.*