

Владислав Ковалевський

СТРАТЕГІЯ ІНФОРМАЦІЙНОГО ПРОРИВУ: УКРАЇНСЬКІ РЕАЛІЇ І ПЕРСПЕКТИВИ

Статтю присвячено основним компонентам ефективної інформаційної стратегії України в сучасних умовах. Аналізуються основні етапи інформаційної роботи, виділяються ключові аспекти, на яких має зосередитися влада задля побудови сильної держави та розвитку основних цінностей українського суспільства. Пропонується авторський підхід до виявлення та поширення найефективніших механізмів існування та розвитку Української держави і суспільства в умовах наявної концептуальної війни.

Ключові слова: інформаційна стратегія, політична комунікація, засоби масової інформації, концептуальна війна

Vladyslav Kovalevskyi. Strategy of Information Breakthrough: Ukrainian Realities and Prospects. The article is devoted to the basic components of an effective information strategy of Ukraine in modern conditions. The basic stages of information are highlighted key areas on which to concentrate power in order to build a strong state and its core

values of Ukrainian society. The author proposes an approach to identifying and disseminating the most effective mechanisms for the existence and development of the Ukrainian state and society in the existing conceptual war.

Key words: *information strategy, political communication, media, conceptual war*

Реалії сучасного політичного процесу визначаються великою кількістю чинників. Більшість з цих чинників є штучними, але саме вони значно ускладнюють опис, пояснення, оцінку та прогнозування того, що відбувається. Дослідження, яке виконане за чіткими та жорсткими методологічними правилами, також ускладнюється постійною рефлексією науковців, експертів та аналітиків стосовно ситуації, яка відбувається у нашій країні, особливо на Півдні та Сході. Тим не менше, неупереджений аналіз здатен не тільки виявити наявні ключові аспекти інформаційної роботи, що ведеться на терені нашої держави, але й приховані смисли, які реалізуються через різних суб'єктів та інститути.

Автор має багато напрацювань і вже значною мірою формалізованих (для автоматизованої обробки) спостережень за інформаційним простором нашої країни [1], що є особливо цікавим у контексті наявної концептуальної війни, до чого ми ще неодноразово будемо повертатися далі. У методологічному плані автор спирається на розробки Н.Лумана, Ж.Бодрійяра, М.Маклюєна, окремі думки й положення яких присутні у роботі. Також варто зауважити, що багато українських авторів сьогодні звертаються до цієї теми, але запропонований підхід є авторським та викладається у відкритому доступі у системному вигляді вперше.

Одразу наголосимо, що це вкрай важлива сфера, яка є тлом сучасного інформаційного суспільства. І сьогодні завдяки комп'ютеру дослідники дістали змогу обробляти велику кількість даних. Тобто ми можемо виявляти тренди і тенденції, «просувати» політиків чи ідеї, прогнозувати наслідки тих чи інших дій та їх інтерпретацій. Але це окреме питання, тож в умовах щільного політичного часу та викликів для сучасної Української держави зосередимося на ключових аспектах саме інформаційного прориву, основних принципах нової інформаційної стратегії України, на

тому, що роль консультантів та менеджерів завжди виконували в світі або профільні відомства, або спеціалізовані фірми, на тому, в чому унікальна конкурентна перевага нашої країни сьогодні відсутня, на тому, що було майже повністю програно в світлі подій 2014 року в нашій державі. Зрештою, на тому, чим має опікуватися ефективна держава в сучасному інформаційному світі.

Одразу наголосимо, що ця стаття готувалася як експертна доповідь і була виголошена у березні 2014 року. Це результат досліджень за жорсткою методологією для спеціалізованої аудиторії. Цим зумовлюється той факт, що стаття позбавлена ідеологічних викладок чи непідтверджених інтерпретацій.

Отже, перш ніж перейти до елементів проривної стратегії, зафіксуємо наявний стан речей, що вже дасть змогу зрозуміти окремі «слабкі сторони» та недоліки системи, що склалася. Перше, що впадає у вічі, це тенденція зростання питомої ваги новин в інформаційному просторі по всіх типах джерел (Інтернет, ТБ, друковані ЗМІ, радіо) та рівнях (загальнодержавному та локальних). Але «новина» відтепер втрачає свій категоріальний зміст і виконує лише кількісну функцію. Що це означає? Кількість повідомлень зростає і, вочевидь, така тенденція триватиме, оскільки вона стає запитаною споживачем інформації, який намагається зрозуміти, що відбувається. Але це достатньо об'єктивна тенденція, оскільки пов'язана з механізмами функціонування засобів масової інформації та комунікації, де важливими є претензії на оригінальність, стислі терміни, залучені споживачі, отримані прибутки. Тут більше цікаво інше – відсутність певної генеральної інформаційної лінії, тобто розмитість основних повідомлень («меседжів»), які доносяться до кінцевого споживача. Одразу відкидаючи можливі кліше на кшталт «ЗМІ мають бути об'єктивними», наголосимо, що виходимо з більш прагматичного підходу, де ЗМІ та ЗМК виконують інструментальні функції стосовно мети, яка має бути чітко сформульована. Окремі пояснення такої позиції ще згадуватимуться далі, але головне те, що сьогодні ми опинилися у самому епіцентрі такого феномену, як «війна інтерпретацій». Якщо є мета (наприклад, побудова країни з європейськими цінностями чи ще конкретніша – збереження країни), ЗМІ мають працювати в єдиній системі досягнення цілі.

Інакше, одного разу виявиться, що ми є об'єктом у політиці іншого гатунку, геополітиці тощо.

І що в цьому контексті показало інформаційне протистояння кінця лютого – початку березня 2014 року? Насправді ключових аспектів дуже багато (більше 10-ти), але наразі звернемо увагу на те, що український інформаційний простір виявився зовсім не захищений і повністю залежний від «гейт-кіперів» та, як це не прикро, від непрофесіоналізму значної частини вітчизняних журналістів. Постійне збільшення кількості новин, нарощування їхньої аудиторії та зміст, який має всі ознаки маніпулятивності, зрештою, мають призвести до панування тривоги у суспільстві навіть тоді, коли підстав для тривоги вже не буде. Але реальні підстави в інформаційному світі вже й не важливі, оскільки можна цілком погодитися з М.Маклюеном [2], що сучасні медіа вже не є посередником між різними реальностями чи одним проявом реальності та іншим. Фактично, вони є окремою реальністю, в якій живуть усе більше і більше людей. Це, за М.Маклюеном, ера симуляції, де сам медіум стає повідомленням і таким способом впливає на дійсність, змінюючи її, певним чином «підганяючи» під окремі, часто приховані та нетривіальні, можливо, геополітичні, цілі.

Підтвердженням творення такої реальності в Україні є дані контент-аналізу за окремі проміжки часу, які проводить автор. Така тенденція вже чітко проявляється на проміжках часу від одного до двох тижнів, що також можна пояснити чіткою роботою інформаційної моделі впливу, згідно з якою повідомлення через класичні засоби масової інформації охоплює максимально можливу аудиторію саме за цей час. Звісно, треба зазначити, що цей показник значно зменшується в епоху високошвидкісного Інтернету та, головне, наявному фокусі уваги на таких новинах. Але, з погляду аналітики, це додатковий аргумент на користь керованого інформаційного вторгнення за класичними моделями.

Так, наприклад, за тиждень (17–23 березня 2014 р.) було зафіксовано понад 13 332 умовно оригінальні новини політичної спрямованості. «Умовно оригінальні», оскільки для встановлення достатньо жорсткої автентичності текстів потрібно провести аналіз на кшталт програмного забезпечення, що займається пошуком «плагиату». Це реальне завдання, проте на великих обсягах

інформації воно впирається у технічну складову, оскільки для його реалізації потрібні значні програмно-апаратні потужності. Але для запропонованого дослідження вистачить автоматизованого порівняння текстів задля вилучення новин з цілком однаковим змістом. Основні теми медіа-простору нашої країни зазначеного тижня представлені на схемі, що подана нижче (див. Рис. 1).

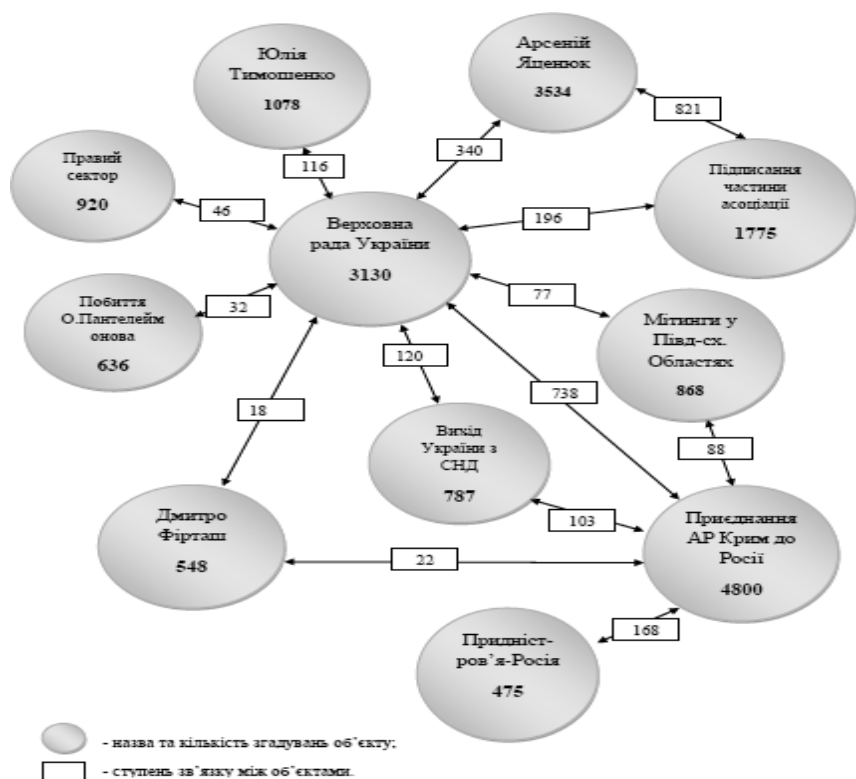


Рис. 1. Головні події та персони тижня

Як видно, найбільш популярними темами інформаційного простору України були: приєднання Криму до Російської Федерації та підписання політичної частини Угоди про асоціацію з ЄС. З погляду інституційного зрізу, найбільш популярною організацією

цією цього тижня була Верховна Рада, з якою тісно пов'язані постаті А.Яценюка (Прем'єр-міністр) та, набагато менше, Ю.Тимошенко. Іншими великими темами інформаційного простору були питання діяльності «Правого сектору», мітинги проросійського та проукраїнського характеру на Сході країни, що чітко корелюються з темою приєднання Криму до Росії, початок процедури виходу України зі СНД тощо.

Семантичний аналіз найбільш популярних тем дозволяє виділити основні категорії, які використовувалися у зазначених текстах і, можливо, визначити міру їхнього впливу на споживачів новин. Найбільший ступінь напруженості текстів пов'язаний з новинами про мітинги. Основними сигнальними категоріями цих текстів були: «протест», «мітинг», «протестувальники», «окупація», «агресія», «провокації», «сепаратисти», «фашизм», «бойкот», «санкція». Цікаво, що рейтинг згадуваності категорії «санкція» показує в цей час найбільшу динаміку і має чітку тенденцію до подальшого зростання. Категорії дії, тобто маркери, що потенційно можуть впливати на поведінку, які найбільше представлені у новинному дискурсі України, здебільшого нейтральні та мають більше інформативний характер («повідомляти», «сказати», «заявляти» тощо). В той же час, досить значний масив текстів містить такі дієслівні форми, як: «визнавати», «передавати», «робити», «бути». Висока щільність використання таких форм у цей час пов'язана, скоріше за все, з активізацією політики Російської Федерації на визнання приєднання Криму до неї.

Варто зазначити, що високий ступінь агресивності в багатьох текстах новин сам по собі може не мати жодних спонукальних мотивів. Його небезпека полягає в іншому, оскільки інформаційна модель впливу є багатоступеневою. Класична формула, ознаки якої проявляються і в аналізованих текстах, говорить про взаємозв'язок та взаємоперетікання таких феноменів, як: «агресія», «страх» і «тривога». Це означає, що навіть якщо кількісна переважаність новинами призведе, зрештою, до політичної апатії у більшості населення України, то відчуття тривоги залишиться, якщо не буде певних санаційних чи контрзаходів. Питання підвищеної тривожності у суспільстві досліджує психологія, але з політичного

погляду такий стан характеризується великим простором для можливих маніпуляцій чи може бути використаний для виправдання окремих дій з боку різних суб'єктів та змінення в аудиторії поглядів на те, що відбувається. В таких умовах, фактично, формується такий феномен, як «інформаційна контузія», коли перевантаженість інформацією створює в індивіда ефект розгубленості та повного нерозуміння того, що відбувається, і, як наслідок, це веде до неспроможності критичного осмислення повідомлень ЗМІ та ЗМК й неможливості прийняття адекватних рішень чи висновків.

Цілком очевидно, що нині триває концептуальна війна. Тобто війна смислів, війна інтерпретацій у широкому значенні. Автор навмисно використовує категорію «смысл», а не «зміст», оскільки перша підкреслює певні ціннісні аспекти, в той час як друга – більше інформаційні. Війна інтерпретацій відбувається здебільшого на екранах комп'ютерів та телевізорів, шпальтах друкованої преси, динаміках радіо, її головний феномен полягає у тому, що ця війна зумовлена фактичною відсутністю реципієнтів безпосередньо у вирі подій, але вони потенційно здатні («готові») до сприйняття інформації, яка сформована за певними правилами. Часто за такими правилами стоять інші цілі, які неможливо досягнути на цьому рівні аналізу. І для їх розуміння та пояснення необхідно, як зазначалося раніше, підніматися на рівень геополітики та реалізації міжнародно-корпоративних інтересів.

Основа концептуальної війни – створення положень, які можуть бути по-різному інтерпретовані. За аналогією з триодичною природою знаку – це відбувається в рамках трикутника: «повідомлення – зміст – інтерпретація». Насправді, нічого погано тут нема. З погляду прагматики та ефективності, так звана «правильна інтерпретація» потрібна для легітимації влади. Критерії цієї «правильності» визначаються стратегією розвитку держави. І це завжди було в історії становлення багатьох великих держав світу.

Наразі не будемо торкатися історичних аспектів, у цілому вони зрозумілі. Але, з погляду предмета нашого дослідження, з розуміння концептуальної війни впливає перша ситуація, яка

потребує вирішення. В нашій державі відсутня чітка та зрозуміла стратегія розвитку. В свою чергу, інформаційна стратегія залежить від стану в реальній політиці та економіці. Інакше – піар, який базується на події, замінюється пропагандою, яка апріорі є відірваною від реального життя.

Якщо йти далі в межах розробки стратегії, то потрібно визначити складові іміджу України (міжнародний, внутрішній, російський, соціальний, політичний), а також визначити унікальні конкурентні переваги (УКП). Після цього ці складові «розшиватимуться» в інформаційній сфері у відповідні меседжі, тобто основні смисли, які ми хочемо донести до споживача інформації – від громадянина України до громадян інших країн чи представників міжнародних організацій. Головною умовою ефективності цього процесу має бути узгодженість таких повідомлень по всіх каналах комунікації.

У гіпертрофованому вигляді положення про узгодженість смислів та повідомлень впливає на основні принципи інформаційного простору – або його повна відкритість, або цензура у чистому вигляді. Для держави, яка сповідує цінності свободи та демократії, має бути певний баланс між цими складовими, але на етапі становлення цієї держави коливання у той чи інший бік є закономірними. Повна відкритість простору можлива за умови сталої політичної культури та міцних політичних традицій. Маємо визнати, що в Україні цього немає. Але це не привід для песимізму, оскільки, якщо перевести це на технологічну мову, інформаційний простір на цьому етапі варто регулювати. Правила такої регуляції розроблені й застосовуються у всьому світі, питання тільки у балансі, як уже зазначалося. Україна має регулювати цей простір з погляду стратегії розвитку нашої держави. Можливе запитання – «а судді хто?» – вирішується шляхом запровадження чітких та жорстких критеріїв до матеріалів, що поширюються. Суб'єктами регулювання (а тут варто використати наявний міжнародний досвід) є органи держбезпеки, внутрішніх справ та громадськість через багаторівневу систему ручної фільтрації та оцінок.

Якщо заглиблюватися далі у питання стратегічного розвитку, одним з основних елементів стратегії, який одночасно не тотож-

ний їй, є план-графік. Отже, коли буде визначений суб'єкт, який відповідатиме за розробку такої стратегії (це може бути особистість або якийсь міжвідомчий орган чи координаційний центр), мають бути встановлені чіткі терміни реалізації нашої стратегії, визначені, за якими глобальними чи оперативними темами вона розвиватиметься. Після цього це потрібно вписати в календар, узгодити з усіма зацікавленими інститутами й почати діяти, тобто визначити виконавців та критерії оцінки їхньої діяльності, окрім уже загаданих часових.

Отже, на чому має будуватися прорив? На мою думку, на зміні якості інформаційного поля. Це означає, що має змінитися як інформаційна структура, так і зміст того, що в ній циркулює. Далі зупинимося на цьому детальніше.

Стратегія прориву як технологія може мати такі елементи, які тісно пов'язані з етапами роботи:

- якісна оцінка та аналіз ситуації – це дасть змогу виявити та прояснити основні фактичні та потенційні теми, які можуть потім «розкручуватися»;

- формулювання тем і котртем, меседжів і контрмеседжів – на цьому етапі головна увага приділяється легендуванню унікальних конкурентних переваг, тобто узгодженню того, що є, з тим, що має бути;

- «розкрутка» тем відкритими комунікаціями (телебачення, друкована преса, радіо, Інтернет, усі інші доступні комунікативні інструменти);

- робота з неформальними комунікаціями – оскільки сьогодні переважна більшість населення України певним чином не довіряє традиційним ЗМІ, неформальні комунікації, фактично, виходять на перший план у формуванні поглядів та уявлень. Тож робота з чутками та створення локальних інформаційних товариств має бути одним з головних пріоритетів держави в контексті Стратегії її розвитку;

- дії на території («тактика 1000 порізів») – такі тактичні заходи спрямовуються, у першу чергу, саме на створення інформаційних приводів, які потім активно використовуватимуться на всіх рівнях (через загальноукраїнські та місцеві ЗМІ та ЗМК, а

також через пряму інформацію на територіях, включаючи неформальні комунікації);

- оперативні контрзаходи – це постійна готовність до корекції тактики чи навіть стратегії у швидкоплинних динамічних умовах на конкретних територіях, а також основа протидії можливим провокаціям та ворожим точковим впливам.

Така технологія потребує злагодженої роботи всіх зацікавлених суб'єктів, у першу чергу, засобів масової інформації та комунікації у взаємодії з відповідними державними інститутами. Але, водночас, зрозуміло, що роль медіа в цьому не має бути переоцінена. Тобто, дійсно головна роль у реалізації цієї технології відводиться засобам масової інформації та комунікації, але не тільки їм. Використання лише медіа в цьому процесі буде в сучасному світі однобоким, оскільки сьогодні медіа – це інституція «необоротної моделі комунікації без відповіді» [3] і саме це застосовується у сучасній концептуальній війні, в якій задіяна наша країна. Тож сформована за вказаними правилами стратегія має це враховувати і задля формування нової політичної культури й традицій мають бути задіяні всі доступні канали комунікації, включаючи навіть неформальні та тіньові.

Коли ми визначили структуру технології та конкретні дії, які пов'язані з її реалізацією, маємо також окреслити основні смисли (як ціннісні орієнтири), які мають циркулювати в такій структурі. На погляд автора, цими смислами мають бути унікальні конкурентні переваги за такими напрямками:

- історія та культура нашого народу, держави, території (потрібна не тільки популяризація цих аспектів, але й пошук й, можливо, навіть створення окремих ключових подій, які матимуть значний символічний смисл для розвитку самосвідомості та єдності нашої країни);

- популярно-інформаційна підтримка (потрібно популяризувати українські цінності, переваги, напрацювання і не лише всередині країни, але й за її межами);

- «острівки успіху» (ефективна технологія не тільки задля підвищення політичного рейтингу влади, але й конкретні прояви унікальності та динамічності Української держави та способу життя);

- окремі тематичні проекти (будь-що у різноманітних сферах та рівнях, що може бути використане задля створення внутрішнього та зовнішнього іміджу України).

Певним чином узагальнюючи представлені напрацювання, можна сформулювати основні принципи «матриці проривної роботи». Вона базується на трьох основних категоріях – «визначити», «затвердити», «діяти». В такому сенсі вона має стати тією призмою, крізь яку можна розглядати все, що відбувається в Україні і як це можна використовувати для її розвитку. Отже, в загальному плані, у найближчій перспективі для реалізації вказаної «стратегії проривної роботи» варто визначити:

- наявні та потенційні унікальні конкурентні переваги,
- критичні точки відставання від сусідів, а також найбільш розвинутих країн світу,
- точки зовнішньої залежності,
- довгострокові та короткострокові цілі.

Наступним етапом має бути затвердження програми реалізації вказаних цілей й донесення до всіх суб'єктів основних реперних точок руху за цією стратегією, механізмів їхнього контролю та оцінки, комплексу заходів у тих чи інших умовах щодо посилення чи корекції стратегічного плану розвитку країни.

Як видно, коли надскладні процеси розкладаються на конкретні та реальні складові, стає зрозумілим, що вже нічого надто важкого чи недосяжного немає. Все, про що йшлося у статті, досягається звичайною, але злагодженою роботою інститутів, різних політичних суб'єктів задля єдиної мети – реалізації України як сильної держави з глибинними європейськими цінностями. В умовах наявної концептуальної війни, яка полягає у війні за мислення людини, за смисли, якими вона керується у своєму житті, необхідність створення та підтримки ефективного інформаційного простору в нашій країні є вкрай актуальним. Водночас, маємо констатувати, що український інформаційний простір виявився не тільки не готовий до сильних ворожих впливів, але й становить загрозу державності, оскільки наявні в ньому смисли породжують страх та невпевненість у завтрашньому дні, у собі, в своїй країні, у всіх осіб, хто черпає з нього інформацію про те, що відбувається навколо. І це питання

потребує негайного вирішення. На думку автора, головний каталізатор існування нашої держави та її подальший розвиток залежать, у першу чергу, від вироблення чіткої та зрозумілої Стратегії розвитку України на певний проміжок часу, після чого вона має переглядатися та вдосконалюватися. Але щоб ця Стратегія не залишилася лише на папері, пропонується низка заходів з визначенням ключових аспектів, етапів, структури, основних каналів комунікації, систем поведінки у звичайних та форс-мажорних умовах, яких мають дотримуватися основні суб'єкти, які повинні бути забезпечені якнайширшою інформацією про сутність та наслідки своїх дій. І тоді у поєднанні знань, професіоналізму суб'єктів з наявною стратегічною метою держави та суспільства можемо реалізувати життєздатну інтенсивну інформаційну стратегію. А автор переконаний, що для того, аби Україна перемогла у наявній концептуальній війні та посіла гідне місце в ієрархії світових держав, її інформаційна стратегія має бути «проривною», тобто базуватися на унікальних конкурентних перевагах нашої країни у поєднанні з основними сучасними правилами ефективної інформаційної роботи. Сьогоднішня політична та економічна криза, окремі явища гібридної війни на нашій території, певний занепад свідомості, тим не менше, дають нам усі підстави зробити цей прорив, кінцевою метою якого є підвищення якості нашої держави, суспільства, традицій, цінностей та умов життя з чітким баченням перспектив, чого наразі нам так не вистачає.

1. Ковалевський В.О. Порядок денний: теорія та методи структурування політичної реальності/В.О. Ковалевський. – К.: ІПіЕНД ім. І.Ф. Кураса НАН України. – Вип. 4(66) 2013. – С. 211–224.

2. Маклюэн М. Понимание Медиа: внешние расширения человека/М. Маклюэн; [Пер. с англ. В. Г. Николаева]. – М.: Гиперборея; Кучково поле, 2007. – 464 с.

3. Бодрийяр Жан. Реквием по масс-медиа /Жан Бодрийяр// Поэтика и политика. Альманах Российско-французского центра социологии и философии Института социологии Российской Академии наук. – М.: Институт экспериментальной социологии, 1999. – С. 193–226.