

ПРОБЛЕМНІ ПИТАННЯ ІНФОРМАЦІЙНО-ПРОПАГАНДИСТСЬКОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ У СВІТЛІ РОСІЙСЬКО-УКРАЇНСЬКОЇ ВІЙНИ

Автор, опираючись на теоретичні напрацювання сучасних вчених та власний практичний досвід організації інформаційної роботи у військових частинах Військово-Морських Сил Збройних Сил України, розкриває проблемні питання та висвітлює тенденції в організації інформаційно-пропагандистського забезпечення Збройних Сил України впродовж мирних років незалежності та в сучасних умовах російсько-української війни.

Також запропоновано шляхи вирішення проблемних питань, які можуть бути враховані для удосконалення інформаційно-пропагандистського забезпечення.

Ключові слова: Автономна Республіка Крим, Військово-Морські Сили Збройних Сил України, внутрішньокommунікаційна робота, інформаційно-пропагандистське забезпечення, російсько-українська війна.

Постановка проблеми. Російсько-українська війна зумовила посилення ролі інформаційно-пропагандистського забезпечення військ, змусила змінювати підходи до організації інформаційної роботи та переорієнтовуватись на стандарти НАТО.

Зміна форм і методів проведення інформаційних заходів відбулася у 2017 р., спрямована у першу чергу на забезпечення підготовки до виконання бойових завдань і дозволила командирам більш гнучко використовувати “інформаційний важіль” в умовах ведення бойових дій. Новим є відхід від старої системи проведення занять, інформувань, заходів культурно-виховної роботи і перехід до внутрішньокommунікаційної роботи як основного виду комунікацій на тактичному рівні.

Та характер і перебіг російсько-української війни виявив і певні проблеми в організації інформаційно-пропагандистського забезпечення військ.

Аналіз досліджень і публікацій свідчить, що попередні дослідники розглядали інформаційно-пропагандистське забезпечення

Підпригоро Ігор Іванович, ад’юнкт кафедри морально-психологічного забезпечення діяльності військ (сил) Гуманітарного інституту Національного університету оборони України ім. Івана Черняховського (м. Київ).

© Підпригоро І.І., 2018

переважно в довоєнний період у площині практичної роботи для підготовки фахівців морально-психологічного забезпечення, мало торкаючись історичної ретроспективи. Організація інформаційної роботи у Збройних Силах України висвітлена здебільшого в навчальній літературі, випуску якої в окремих випадках передували науково-дослідні роботи. Наукові праці в основному висвітлювали та деталізували ті концептуальні підходи, які вже були закладені в керівних документах, і мало торкалися питань інформаційно-пропагандистського забезпечення в умовах бойових дій. При цьому досвід інформаційної роботи у військах в ході російсько-української війни висвітлений недостатньо [1-12].

Метою статті є спроба розкрити проблемні питання організації інформаційно-пропагандистського забезпечення, породжені російсько-українською війною, та запропонувати шляхи їх вирішення.

Виклад основного матеріалу. Зміна форм і методів проведення заходів інформаційно-пропагандистського забезпечення окреслила тенденцію до зменшення часу на їх проведення (зменшення “інформаційного навантаження” на особовий склад в умовах війни в порівнянні з мирним часом). Проте в умовах війни інформаційна робота ґрунтується на базових цінностях військовослужбовців, сформованих в умовах миру довгогрівланими і систематичними інформаційними заходами. І якщо вони в мирний час були недостатньо ефективними, то зменшення інформаційного навантаження на особовий склад не сприятиме формуванню патріотичних настроїв і необхідної моделі поведінки в бойовій обстановці. Власний досвід автора статті вказує на необхідність не менше одного року цілеспрямованої та планомірної інформаційної роботи з підлеглими задля досягнення певних позитивних результатів [13 с.73]. В районах виконання бойових завдань найдієвішою формою інформаційної роботи є внутрішньокомунікаційна робота. Натомість у пунктах постійної дислокації, районах бойового злагодження та відновлення боєздатності доцільно збільшити кількість часу на проведення тематичних і цільових інформаційних заходів і заходів душпастирської підтримки. Саме задля збільшення інформаційного навантаження на особовий склад автор під час служби в реактивній артилерійській частині ВМС ЗС України у 2016 – 2017 роках

тимчасово відновив проведення суспільно-політичного та правового інформування з усіма категоріями особового складу в пункті постійної дислокації.

Сучасний гібридний конфлікт чітко окреслив багатоплощинність і багаторівневість подання інформації. Якщо офіційна українська пропаганда подає інформацію в площині “людина-держава”, апелюючи до патріотичних почуттів громадян, то ворожа російська інформація спрямовується в площину неофіційних відносин: сімейних, міжособистісних, регіональних, зумовлює переорієнтацію людини на забезпечення базових потреб (захисту власного життя і життя сім’ї, недопущення втрати майна і зниження добробуту), при цьому відсуваючи на другий план соціально значимі цілі (захист Вітчизни); виводить людину в систему більш примітивних реакцій і більш простих комунікаційних систем [14, с.549]. Це яскраво виражалось під час анексії Криму, особливо в роботі російських військових із командирами українських військових частин [13, с.77, 80]. Значне зниження морально-психологічного стану особового складу військових частин ВМС ЗС України внаслідок негативного інформаційно-психологічного впливу з боку РФ стало одним із факторів, який зумовив передислокацію військ з Криму і Севастополя до інших регіонів України [15, с.132-133; 16, с.71-73]. Ворожа пропаганда була побудована на використанні інших каналів сприйняття і спрямована на інші, більш важливіші для людини потреби. Важливість для військовослужбовців захищати в першу чергу своїх рідних і близьких підтверджують проведені до війни соціологічні дослідження [17, с.67-68; 18]. Тому інформаційну роботу у військах слід спрямовувати на пов’язання завдань оборони держави з захистом родини, її добробутом і майбутнім дітей, оборони рідного села, області, тобто змінювати зміст інформації, при цьому пов’язуючи потреби людини з загальнодержавними завданнями доступною для неї мовою (прикладом слугують вдалі гасла на плакатах – “Захисти своїх”, “Захисти Україну, родину та себе”).

Дослідження українських вчених підтверджують правильність переорієнтації інформаційно-пропагандистського забезпечення ЗС України на систему комунікацій “командир – підлеглий” [19, 20]. Адже особисте усне спілкування – основний для людини, самий

простий і в той же час самий ефективний вид спілкування, який дозволяє здійснювати вплив на цільову аудиторію у звичному для неї режимі комунікації й не викликати внутрішнього спротиву. Особистої комунікації в підрозділі важче уникнути, особисті контакти мають більш гнучкий характер, дозволяють командирів змінювати зміст повідомлення відповідно до потреб, запитів і поведінки підлеглих, а авторитет командира сприяє позитивному сприйняттю інформації, адже люди більше вірять тому, кого знають, аніж знеособленим повідомленням засобів масових комунікацій. Особисте спілкування дозволяє досягнути мети навіть без переконання, в силу авторитету чи приязні підлеглих. Тож від образу командира в свідомості підлеглих залежить, чи зможе він ефективно управляти їх діями.

Однак мали місце приклади, коли підлеглі під впливом авторитету командира зраджували Військовій присязі [13, с.79; 21]. Тому важливе місце займає покращення іміджу офіцерів, перш за все їх ідейна та патріотична спрямованість, а також корекція їх поведінки: ставлення до підлеглих і цивільних, спрямованість на соціально-партнерські відносини, підвищення соціальної відповідальності, відсутність корупційних дій, орієнтація на лідерські якості. Внутрішньокommunікаційна робота, організована авторитетними командирами, дозволить ефективно застосовувати такі принципи пропаганди, як забезпечення довіри до джерела інформації, перевага первинної інформації, апеляція до легітимності, ефект “візитної картки”, а також навіювання та емоційного зараження. Також вона дозволить підвищити ефективність інформаційної роботи в умовах “інформаційного вакууму” [22].

Серед проблем внутрішньокommunікаційної роботи слід відзначити проблеми в спілкуванні командирів із військово-службовцями, призваними за мобілізацією (особливо старшими за віком). Спадок радянського стилю управління, певна соціальна і корпоративна замкненість офіцерського корпусу Збройних Сил України, слабкість сержантського складу, робота командирів переважно з військовослужбовцями строкової служби та відсутність достатнього досвіду у спілкуванні з військово-зобов’язаними під час проведення зборів, що мали місце впродовж 1991 – 2013 років, а також корумпованість окремих

командирів та низький рівень соціально-правового і матеріального забезпечення на початковому етапі проведення часткової мобілізації в Україні породили конфліктні ситуації у спілкуванні командирів з підлеглими, що доволі часто висвітлювалося через мережу Інтернет і негативно впливало на імідж Збройних Сил в умовах збройного конфлікту [23, с.15-19; 24]. Цікавими є спостереження російських істориків, які актуальні і для бойових дій на Сході України. Вони вказують на те, що молодші командири, які прийшли до війська з запасу, більш людяно ставилися до підлеглих, ніж кадрові офіцери, тому й швидше заслуговували повагу підлеглих. Це також стосувалося молодих лейтенантів та курсантів військових навчальних закладів, які ще не мали досвіду служби у військах і відповідних стереотипів поведінки стосовно підлеглих [23, с.13,27; 25, с.46-47]. Цей феномен потребує додаткових досліджень психологів і соціологів.

Проблеми у спілкуванні командирів із військовослужбовцями – учасниками Антитерористичної операції викликані своєрідною моделлю поведінки учасників бойових дій, притаманною усім учасникам збройних конфліктів: незалежністю у спілкуванні з начальниками (що може доходити до відкритої критики через низькі особистісні якості чи аморальні вчинки останніх) та справедливою вимогливістю до підлеглих; нерозумінням і зверхністю щодо цивільних чоловіків (особливо з тимчасово окупованих територій), які не брали участь в бойових діях; пряmlinійністю у спілкуванні між собою [23, с.133-135]. Нерозуміння командирами цієї категорії військовослужбовців призводить не лише до конфліктних ситуацій, але також є причиною їхнього “замикання в собі”, зловживання алкоголем, самогубств [26, с.92].

Важливого значення набуває підготовленість і навченість командира організувати і проводити заходи інформаційно-пропагандистського забезпечення. Сучасні реалії вказують на проблеми в організації інформаційної роботи, пов'язані з відсутністю фахової підготовки з питань комунікацій у командирів тактичної ланки [27].

Виникненню зазначених вище суперечностей сприяє значне адміністративне навантаження на командирів, що відволікає їх

від навчання та виховання особового складу, створює передумови для правопорушень і справляє враження, що це командирам не потрібно і що армія “паперова” [23, с.10-12; 24]. Наявність зазначених проблем відзначають не лише радники і науковці, а й представники громадськості, вважаючи причиною такого стану речей відновлення старої, успадкованої від СРСР системи кругової поруки і клановості. Це, на їх думку, зумовлює відтік з війська молодих перспективних військовослужбовців із бойовим досвідом та іншою ментальністю [28].

Важливим сьогодні є посилення інформаційно-роз’яснювальної роботи через ганебні вчинки окремих військовослужбовців – з одного боку з місцевим населенням і органами місцевого самоврядування, з іншого – з самими військовослужбовцями та їх сім’ями. Це створює додаткове навантаження на командирів та офіцерів структур морально-психологічного забезпечення, адже необхідно не допустити здійснення протиправних дій стосовно місцевого населення, вивчити і перекрити можливі канали надходження в підрозділи спиртних напоїв, наркотичних речовин, вжити усіх заходів щодо недопущення їх вживання підлеглими, звести до мінімуму контакти військовослужбовців із місцевим населенням, не пов’язані з виконання завдань. Також необхідно вчасно реагувати (пояснювати, спростовувати, переконувати) на повідомлення негативного характеру щодо діяльності своїх підрозділів, розвитку ситуації в регіоні тощо; формувати у місцевого населення уявлення про підрозділ як дисциплінований та боєздатний. Тому в системі внутрішньо-комунікаційної роботи під час аналізу проведених дій необхідно проводити групові розбори випадків порушення дисципліни, пов’язаних із вживанням алкоголю, наводити приклади харчового отруєння спиртом, організовувати і проводити бесіди з особовим складом про негативний вплив алкоголю на психіку людини тощо.

Впродовж 1997 – 2013 років найбільш дієвим засобом успішної підготовки військовослужбовців до виконання службових обов’язків, зміцнення військової дисципліни вважалася індивідуально-виховна робота, яка була певним прообразом внутрішньокомунікаційної роботи, діючи за принципом “кожен начальник працює зі своїми підлеглими”. В ідеалі вона дозволяла всебічно вивчати кожного військовослужбовця і на цій основі

впливати на його свідомість і поведінку. Доповнюючи інші форми виховної роботи, вона дозволяла враховувати рівень освіти, духовної зрілості, життєвого досвіду, особливості характеру, схильності та звички, активно впливати на воїна, сприяти розвитку у нього позитивних якостей. Ця робота повинна була ґрунтуватися на наданні рекомендацій і впливі на поведінку через отриману від спілкування інформацію і спостереження – виявлення тривожності і відхилень в поведінці, однак фактично перетворилася на бесіди на так звані актуальні теми раз в місяць, які зазвичай не проводилися або проводилися “для галочки”. Однак сама ідея, що в основу інформаційної роботи має бути покладене знання особливостей підрозділу (цільової аудиторії) та індивідуальних особливостей кожного військовослужбовця, заслуговує на життя та потребує додаткових досліджень фахівців.

Ще однією особливістю є те, що інформаційний простір впродовж останніх десятиліть формується доволі динамічно. Нові технології (Інтернет, комп’ютери, мобільні телефони) різко пришвидшили процеси обміну й обробки інформації. В Інтернеті з’явилися великі масиви матеріалу, які не контролюються державними органами. Мобільні телефони надали можливість мати індивідуальні джерела інформації і доступу до Інтернету. Протягом 2014 – 2017 років частково перемістилося в Інтернет й інформаційно-пропагандистське забезпечення. Новою ефективною формою інформаційної роботи стало доведення до військ інформаційних бюлетенів та оглядів преси, висновків з оцінювання суспільно-політичної обстановки в державі, їх використання у внутрішніх радіомережах, сторінках у соціальних мережах військових частин і безпосередньо у підрозділах, які виконують бойові завдання. В деяких військових частинах налагоджено розсилку зазначених матеріалів на електронні скриньки, що дає змогу скористатися нею кожному військовослужбовцю у зручний для нього час, а також вирішує важливу проблему першості у висвітленні тих чи інших подій [27]. Широке залучення до підготовки інформаційних бюлетенів представників науково-дослідних установ і навчальних закладів ЗС України та спеціалістів у сфері комунікацій дало можливість готувати якісний інформаційний продукт. Активною і досить ефективною формою інформаційної роботи стало розповсюдження

інформації у соціальних мережах з метою інформування громадськості та висвітлення діяльності військових частин. Переважна більшість військових частин на сьогодні має власний сайт чи акаунти в соціальних мережах. Усе це зумовлює необхідність формування медіаграмотності особового складу – здатності свідомо сприймати і критично оцінювати інформацію, виокремлювати реальність від віртуально створених подій, використовувати й співставляти різні джерела інформації [11, с.142]. Тому особливого значення набуває культура користування Інтернетом, введення певних обмежень (але ні в якому разі не повної заборони) в користуванні соціальними мережами для військовослужбовців і свідоме дотримання ними встановлених правил. Збільшення кількості випадків висвітлення особовим складом у соціальних мережах негативних сторін життєдіяльності військових частин, незадовільних соціально-побутових умов створює негативний образ Збройних Сил України, зумовлює посилення внутрішньо-комунікаційної роботи та виходить на рівень стратегічних комунікацій [29-30].

У розрізі індивідуалізації інформаційного впливу на військовослужбовців важливим є налагодження комунікації з їх сім'ями. Це дасть змогу командирам не лише бути джерелом інформації для рідних і близьких своїх підлеглих та забезпечити взаємну довіру, а й більш ефективно здійснювати опосередкований виховний вплив на підлеглих через їхні сім'ї. Комунікація командирів з сім'ями підлеглих сприятиме створенню позитивного уявлення про Збройні Сили в суспільстві. Тому необхідно навчати командирів основам проведення цієї роботи і впроваджувати її в систему комунікацій Збройних Сил України.

Російсько-українська війна зумовлює переосмислення ролі радянської армії та її традицій, переорієнтацію на історичні традиції українського війська. Тому зміна вигляду Збройних Сил України (ребрендинг) повинна не лише торкатися зовнішніх ознак, а передбачати й ідеологічні зміни [31]. Ця переорієнтація вже торкнулася військової символіки та форми одягу, військових свят і найменувань військових частин. Ця переорієнтація повинна вплинути на змістовне наповнення національно-патріотичної підготовки, більш ширше висвітлення української мілітарної історії, союзництва з сусідніми країнами в протистоянні

російській агресії, перемог української зброї в боротьбі з північним сусідом, перехід від виховання жертвовності в ім'я держави до виховання непереможності і сили духу. В світлі змін у формі одягу важливою сьогодні є роз'яснювальна робота серед представників елітних родів військ з усталеними традиціями – десантників, морських піхотинців. І якщо перехід десантників на новий колір берета пройшов доволі спокійно, то ситуація з морськими піхотинцями під час відзначення 100-ліття морської піхоти України вказує на недостатню тривалість за часом інформаційної роботи [32].

Однак слід зазначити, що якщо в організації внутрішньо-комунікаційної роботи першочергового значення набуває володіння командирами методиками командирського та бойового інформування, аналізу проведених дій, то питання забезпечення методичними матеріалами, необхідними для організації інформаційної роботи (в першу чергу для проведення національно-патріотичної підготовки та цільових інформаційних заходів) доцільно покласти на відповідні структури морально-психологічного забезпечення військових частин. Досвід організації інформаційно-пропагандистського забезпечення у реактивній артилерійській частині ВМС ЗС України у 2016–2017 роках свідчить, що централізоване планування заходів інформаційної роботи і забезпечення підрозділів методичними матеріалами в умовах недостатньої укомплектованості посад тактичної ланки і відсутності підготовки і досвіду в питаннях організації інформаційної роботи більш ефективно, ніж надання командирам ініціативи у виборі теми проведення занять, інформувань і джерел інформації для їх проведення. Планування цільових заходів у масштабі військової частини підготовленим офіцером з інформаційної роботи дозволяє пов'язати тематику заходів як з історичними подіями, так і з процесами, які відбуваються у державі та Збройних Силах сьогодні, а також увільнити командирів від невластивої їм функції планування ПІЗ, залишивши їм функцію внутрішньоконунікативну (доведення підготовленої і професійно опрацьованої цільової інформації).

Впродовж мирних років незалежності в Україні в силу різних причин наростало відчуження народу від Збройних Сил. Напередодні російської агресії військовослужбовець перестав

бути шанованою в українському суспільстві людиною, ставлення до нього в людей за роки незалежності змінилося з шанобливо-захоплюючого до призирицько-упередженого, що підтвердила низка соціологічних досліджень [17, с.67-68; 18].

З початком збройної агресії РФ постала необхідність створення образів, які допомагають самоідентифікуватися, бути до них причетним. Це образи “героя”, “захисника”, “борця”, “законослухняного громадянина”. Також необхідно створювати образи, до яких причетним бути не хочеться – “ворог”, “зрадник”, “нікчема”. Усе це дасть змогу формувати базові цінності, смисли діяльності й моделі поведінки. Формування образу героя в умовах війни, на думку вітчизняних фахівців, є одним із важливих завдань інформаційно-пропагандистського забезпечення [33]. Однак у цього процесу може бути й негативний бік – надмірна “глоризація” українських військових при наявності резонансних випадків вживання алкогольних напоїв та пов’язаних з цим аварій, смертей мирних жителів та небойових втрат розмиватиме й поступово нівелюватиме образ українського воїна-героя серед цивільних і співслужбовців, які сумлінно виконують свої обов’язки [23, с.102-103; 34].

У ході збройного конфлікту важливим є формування негативного образу війська противника. Несформованість образу ворога у суспільній свідомості українців і свідомості військово-службовців Збройних Сил України мала для держави негативні наслідки у 2014 році [13, с.75-77]. Тому поступове створення “образу ворога” засобами інформаційно-пропагандистського забезпечення є вкрай необхідним. Особливо це стосується образу військово-політичного керівництва ворожої держави. Образ ворога цінний також для створення позитивного уявлення про власні Збройні Сили. Для цього доцільно застосовувати пропагандистський метод контрасту, тобто попереднє створення фону для подальшого висвітлення інформації про українську армію. На фоні негативної інформації про противника нейтральна або позитивна інформація про свої війська сприйматиметься з більшою симпатією. Контраст забезпечує потрібну інтерпретацію повідомлень [11, с.28]. Однак в жодному разі не можна ворогом змальовувати населення тимчасово окупованих територій, для нього найкращим є використання “образу жертви”.

Важливим є формування образу союзника, адже, відмовившись від політики позаблоковості, яка не забезпечила територіальної цілісності, Україна активізувала участь у системах колективної безпеки. Тому на усіх рівнях комунікацій необхідно висвітлювати й підкреслювати підтримку дій керівництва держави світовою спільнотою, впливовими міжнародними організаціями, демонструвати осуд дій держави-агресора з боку міжнародного співтовариства.

Досвід практичної роботи автора у військових частинах флоту показав, що питання оцінювання суспільно-політичної обстановки є надзвичайно важливим, однак в умовах недостатньої укомплектованості і навченості офіцерів структур морально-психологічного забезпечення, постійним залученням військових частин до виконання бойових завдань та навчань, вирішенням поточних проблем життєдіяльності, часу на це зазвичай залишається обмаль. Процес оцінювання суспільно-політичної обстановки у військових частинах на сьогодні має певні вади і базується в основному на аналізі відкритої інформації з мережі Інтернет з подальшим узагальненням у вигляді пропозицій командирам, що не завжди є об'єктивним відображенням дійсного стану справ. Доцільним було б створення по всій вертикалі управління МПЗ відповідальних осіб (груп), які б формували базову інформацію щодо суспільно-політичної обстановки в певних районах, відслідковували її зміни і здійснювали обмін нею. Надання таким групам рівня "командування виду Збройних Сил (роду військ)" можливості отримувати інформацію (в тому числі і з обмеженим доступом) від інших силових структур дозволило б оцінювати обстановку більш об'єктивно. Тоді б нижчі ланки змогли оцінювати обстановку на основі базової інформації з вищої ланки управління, уточнювати її та використовувати відповідно до потреб військової частини.

Проблеми військової дисципліни, особливо вживання алкоголю, певним чином пов'язані з організацією культурологічної роботи та відпочинку особового складу. Переважна більшість "знаменних дат" у військовому середовищі не обходиться без вживання алкоголю. Та й радянський підхід до організації дозвілля, який обмежувався лише 100% присутністю особового

складу на концертних виступах, відсутність елементарних можливостей задовольнити свої побутові, фізіологічні чи духовні потреби у вільний час не сприяли відновленню сил військово-службовців. Деякі командири свідомо йшли на регламентацію вживання алкогольних напоїв під час відзначення днів народження підлеглих “у певний час і в певному місці”, без зброї та під суворим наглядом і охороною [23, с.21-22]. Однак це тимчасовий та доволі суперечливий стосовно вимог військового законодавства вихід з ситуації. Можливим виходом у розв’язанні цієї проблеми стало б створення повноцінних солдатських, сержантських та офіцерських клубів на території чи поблизу військових частин, і місць відпочинку в районах виконання завдань, де питання вживання алкоголю були б чітко регламентовані інструкціями, а наявність патрулів військової поліції унеможливили б конфліктні ситуації. Культурологічна робота як напрям інформаційно-пропагандистського забезпечення має сприяти підвищенню загальнокультурного рівня військово-службовців, культури поведінки і спілкування з співслужбовцями та цивільними особами. Пропаганда загальноприйнятих норм поведінки (створення інформаційної моделі поведінки військово-службовців), включення до системи національно-патріотичної підготовки занять з етики, відвідування військовослужбовцями театрів, музеїв, їхня участь в мистецьких заходах сприятимуть створенню позитивного іміджу Збройних Сил. Заохочення талановитих військовослужбовців до виступів, їх участь в культурному житті регіонів і держави створять уявлення культурної єдності армії і суспільства, а також вкажуть на можливість особи розвивати свої таланти навіть в умовах регламентованості військової служби й ведення бойових дій, тим самим створюючи підґрунтя для пропаганди військової служби.

Навесні–влітку 2014 року низька ефективність заходів щодо збереження кадрового потенціалу військових частин флоту призвела до певних негативних наслідків. Військовослужбовцям флоту, які прибули з тимчасово окупованої території, було надане право звільнитися з військової служби. Разом з цим, стан укомплектованості і підготовленості спеціалістів на той час суттєво ускладнював виконання завдань, відновлення бойових спроможностей флоту. На сьогодні вітчизняний флот, і особливо

його сухопутна складова, відчуває нестачу у підготовлених офіцерах тактичної ланки, в тому числі й фахівців структур морально-психологічного забезпечення. Частково некомплект поповнився офіцерами, призваними за мобілізацією, які продовжили службу за контрактом, та офіцерами запасу, які уклали контракт для проходження служби. Як показує досвід 2015 – 2016 років, повернення до війська офіцерів запасу, які під час проходження служби займали посади у структурах з виховної роботи, та призов офіцерів запасу із спорідненою освітою, які раніше не проходили військову службу, в силу різних обставин не дали очікуваного позитивного ефекту, а невеликі за обсягом випуски офіцерів структур морально-психологічного забезпечення ще не дають змоги повністю поповнити некомплект та створити кадровий резерв для просування по службі.

Попри зусилля держави щодо забезпечення військ усім необхідним, наявність потужного волонтерського руху на сьогодні не вдалося вирішити питання забезпечення військових частин новими зразками технічних засобів пропаганди, що суттєво впливає на якість та ефективність заходів інформаційно-пропагандистського забезпечення. Відсутність у військах достатньої кількості сучасних зразків ТЗП (супутникові антени, тюнери, мультимедійні програвачі, модеми для підключення до мережі Інтернет, радіоприймачі) не дає можливості якісно організувати інформаційне забезпечення особового складу. Недостатнє фінансування потреб військових частин в засобах наочної агітації змушує шукати інші джерела, залучати органи місцевої влади та волонтерів.

Також слід відзначити формування певних тенденцій в організації інформаційно-пропагандистського забезпечення Збройних Сил України:

використання інформаційно-пропагандистського забезпечення як компенсаційного фактора недоліків інших видів забезпечення, перш за все соціального захисту військовослужбовців та членів їх сімей;

залежність ефективності інформаційної роботи (і морально-психологічного стану військ) від цілеспрямованості (змістовно-тематичне наповнення, спрямоване на досягнення цілей чи формування моделей поведінки) та систематичності і тривалості проведення заходів інформаційно-пропагандистського забезпечення;

індивідуалізація впливу на свідомість військовослужбовців;
необхідність здійснення інформаційної роботи не лише з військовослужбовцями, а й з членами їхніх сімей;

залежність ефективності інформаційної роботи від реального стану справ у військах;

залежність ефективності інформаційної роботи від стану соціального захисту військовослужбовців та членів їх сімей;

залежність ефективності інформаційної роботи від сформованості громадської думки про Збройні Сили України.

Враховуючи вищезазначене, пропонуються практичні заходи щодо удосконалення інформаційно-пропагандистського забезпечення Збройних Сил України:

створення єдиної за завданнями, змістом і технологіями впливу системи морально-психологічного забезпечення усіх збройних формувань, що розширило б межі співробітництва з питань інформування особового складу;

забезпечення системності і послідовності у реформуванні структур морально-психологічного забезпечення. Скороченню посад офіцерів морально-психологічного забезпечення повинно передувати навчання посадових осіб (перш за все командирів тактичної ланки), на яких буде покладено виконання функцій інформування особового складу, проведення занять із національно-патріотичної підготовки та заходів військово-патріотичного виховання, з метою недопущення зниження інтенсивності і цілеспрямованості інформаційної роботи;

поступове включення заходів інформаційно-пропагандистського забезпечення в заняття з бойової підготовки окремими навчальними питаннями. Прив'язування тематики командирського та цільового інформування до характеру заходів бойової підготовки та виконання завдань за призначенням;

забезпечення військових частин сучасними засобами ТЗП, особливо трансляційною і друкувальною апаратурою, збільшення фінансування виготовлення наочної агітації;

забезпечення в процесі виховання наступності поколінь, для чого доцільно проводити урочисті чи значимі заходи в місцях історичної слави, перемог української зброї над загарбниками;

перехід від культивування жертвовності в ім'я Батьківщини до виховання героїзму та непереможності. Активне формування в

свідомості військовослужбовців образів ворога та союзників. Для цього необхідно підготувати та ввести в тематику національно-патріотичної підготовки циклу занять і цільових інформувань: “Перемоги української зброї”, “Боротьба України та сусідніх держав з російською агресією”, “Політичні, соціальні та культурні особливості народів Росії”;

посилення пропаганди культури, традицій, етики поведінки, ведення здорового способу життя. Запровадження уроків етики для військовослужбовців із залученням цивільних викладачів. Залучення до цієї роботи капеланів;

вироблення моди на культурну і чемну поведінку військовослужбовців, здоровий спосіб життя. Переконавання їх у правильності цього способу. Застосування такого методу пропаганди, як рейтинг, тобто посилення поширеної інформації даними соціологічних досліджень, опитувань. Проведення опитування жінок стосовно моделі поведінки та образу військовослужбовця, висвітлення результатів широкому загалу через авторитетні джерела. Опитування дітей “Яким я бачу захисника України” з подальшим висвітленням у військових і цивільних засобах масової інформації;

створення мобільного ресурсу для військовослужбовців та членів їх сімей, через який можливо було б здійснювати їх інформування про події в Збройних Силах України, соціальний і правовий захист, культурні та громадські ініціативи, можливості відпочинку і розвитку особистості;

поновлення випуску газет військових частин, газет і журналів видів Збройних Сил, висвітлення в них лише актуальної для частини і виду інформації. Це розширить кількість інформаційних джерел, сприятиме формуванню корпоративного духу;

залучення професійних системних адміністраторів до створення сайтів військових частин. Створення типової схеми сайту, сторінки в соціальних мережах, вироблення єдиних вимог та упорядкування розміщення матеріалів;

створення сайту, на якому науковці та фахівці зможуть розміщувати матеріали чи патріотику для їх використання у проведенні заходів інформаційно-пропагандистського забезпечення;

професійне написання історії військових частин, їх висвітлення на сайтах, сторінках в соціальних мережах, музеях;

залучення професіоналів до створення символіки військових частин;

зміна почесних найменувань військових частин, запровадження їх нової “нерадянської” нумерації;

вивчення та використання нових комунікативних технологій – елементів нейролінгвістичного програмування, масових заходів: флешмобів, марафонів, перформансів тощо. Вироблення коротких словесних формул, фраз (слоганів), які широко використовуватимуться в наочності та характеризуватимуть українське військо. Для приклада наведемо авторську словесну формулу: Можливо ти загинеш, однак в пам’яті людей не вмиш ніколи. Можливо, забудуть твоє ім’я – але не забудуть твої справи. Допоки житиме пам’ять про тебе – доти житимеш і ти. Ти станеш узагальненим уособленням героя, його сукупним образом. І хоча ти будеш лише частинкою його, але усі думатимуть, що це ти, згадуватимуть про тебе, як про героїв Берестечка, Крут, Холодного Яру, оборонців Києва, Одеси і Севастополя, визволителів Маріуполя і кіборгів Донецького аеропорту. Ти помреш лише тоді, коли про тебе забуде твій народ. Ти помреш лише разом зі своїм народом!;

застосування методів OSINT-розвідки в інтересах оцінювання суспільно-політичної обстановки, ставлення населення до військ та їх дій. Залучення спеціалістів-волонтерів до навчання військовослужбовців за цим напрямком;

навчання командирів основам комунікацій, психології масових комунікацій шляхом вивчення у ВВНЗ чи курсової підготовки;

проведення соціологічних і психологічних досліджень проблем комунікації командирів з мобілізованими військовослужбовцями різних вікових категорій та учасниками бойових дій, вироблення на їх основі практичних рекомендацій щодо організації внутрішньоконікативної роботи;

теоретичне опрацювання та проведення експерименту з організації відпочинку особового складу у позаслужбовий час. Створення моделі центру відпочинку військовослужбовців та членів їхніх сімей в пункті постійної дислокації та на одному з навчальних центрів підготовки Збройних Сил України. У разі позитивних результатів експерименту це дасть можливість

рекламувати переваги військової служби за контрактом щодо відпочинку військових, особливо в регіонах з нерозвиненою соціальною інфраструктурою та у віддалених гарнізонах.

Також пропонуються практичні поради командирів тактичної ланки як організатору внутрішньої комунікації з підлеглими:

будь ідеалом для підлеглих, взірцем професіоналізму та сумлінного виконання військового обов'язку, прикладом для наслідування. Тоді в екстремальних умовах, в ситуаціях невизначеності, недостатку чи суперечливості інформації підлеглі підуть за тобою, не задумуючись;

будь головним джерелом інформації для підлеглих і членів їхніх сімей. До роботи з членами сімей підлеглих ти можеш залучити свою дружину, своїх сержантів та їх дружин;

завжди намагайся говорити правду. Першим доведь до підлеглих погані новини;

будь ерудованим, і ти завжди знайдеш відповіді на запитання підлеглих;

основа твоєї діяльності – керівні документи. Але не будь самодуром, використовуй їх положення творчо;

інформаційну роботу з підлеглими проведи постійно та цілеспрямовано, не ухиляйся від проведення занять та інформувань, не перекладай ці обов'язки на інших – і через певний час ти матимеш не просто підрозділ, а колектив однодумців.

Висновки. Російсько-український конфлікт змушує звернути увагу на певні проблеми в організації інформаційно-пропагандистського забезпечення, які негативно впливають на формування морально-психологічного стану особового складу Збройних Сил України.

Науковий підхід і увага з боку керівництва держави та Збройних Сил України до розв'язання цих проблем сприятимуть їх подоланню та покращенню інформаційної роботи у військах.

Запропоновані рекомендації можуть бути враховані для удосконалення інформаційно-пропагандистського забезпечення, а також використані в навчальному процесі вищих військових навчальних закладів, які готують фахівців відповідного напрямку.

1. Морально-психологічне забезпечення у Збройних Силах України Ч. I. / В. М. Вилко, В. М. Грицюк, В. Г. Дикун та ін.; за заг. ред. В. В. Стасюка. // Підручник. – К.: НУОУ, 2012. – 458 с.

2. *Гузенко І.* Організація інформаційно-пропагандистського забезпечення миротворчої діяльності підрозділів ЗС України у Республіці Ірак / І.М. Гузенко // Вісник Національного університету оборони України. 2013. – № 2 (33). – С. 316 – 320.

3. Організація інформаційно-пропагандистського забезпечення особового складу Збройних Сил України: Начальний посібник / Зонь В. В., Кубіцький С. О., Слонімський В. Г., Великожон М. В. – К.: Видавничо-поліграфічний центр “Київський університет”, 2007. – 225 с.

4. Виховна робота у Збройних Силах України : [підручник] / [А. О. Кобзар, О. В. Копаниця, В. М. Грицюк та ін.] ; під заг. ред. Б. П. Андресюка. – К. : Національний університет оборони України, 2010. – 450 с.

5. *Литвиновський Є.* Організація інформаційно-пропагандистського забезпечення особового складу : навчальний посібник. Частина 2. / Є. Ю. Литвиновський, О. І. Мусієнко, В. І. Петрович, В. І. Савінцев, В. В. Стасюк. – К.: ВГІ НАОУ, 2003. – 192 с.

6. *Малюга В.* Особливості інформаційно-комунікативних процесів у військових колективах: навч. посібник / В.М. Малюга. – К.: ВГІ НАОУ, 2002.

7. *Малюга В.* Основи інформації та інформаційно-пропагандистського забезпечення / В.М. Малюга, О.Л. Ходанович. – К.: ВГІ НАОУ, 2003.

8. Інформаційно-комунікативні технології в гуманітарній сфері Збройних Сил України: досвід, проблеми, перспективи: підручник / Осьодло В.І., Стасюк В.В., Шевчук В.П. та ін. – К.: НАОУ, 2007. – 492 с.

9. Організація інформаційно-пропагандистського забезпечення повсякденної діяльності військ (сил): звіт про науково-дослідну роботу шифр “Пропаганда” (заклучний). – К.: НАОУ, 2005. – 454 с.

10. *Сергієнко О.* Особливості інформаційно-пропагандистського забезпечення та культурного обслуговування особового складу 6-ї омбр під час виконання завдань у Республіці Ірак / О.О. Сергієнко // Миротворча діяльність Збройних Сил України та досвід застосування підрозділів Збройних Сил України в операції багатонаціональних сил зі створення умов стабільності та безпеки в Республіці Ірак. – К.: ННДЦ ОТ і ВБ України. – 2005. – С. 316 – 322.

11. Інформаційно-пропагандистське забезпечення військ (сил) в умовах воєнно-політичного конфлікту: Навчально-методичний посібник / О. І. Холох, В. Л. Топальський, В. Р. Марасєв та ін. / За заг. ред. Н. А. Агаєва. – К.: НДЦ ГП ЗС України, 2017. – 185 с.

12. Суспільно-комунікативні процеси у Збройних Силах України: підручник / В. І. Алещенко, Т. В. Андрущенко, В. В. Стасюк та ін. / За заг. ред. В. С. Чорного. – К.: НУОУ ім. Івана Черняхівського, 2017. – 372 с.

13. *Підпригоро І.* Весна 14 / І. І. Підпригоро. – К.: ЦП "Компринг", 2017. – 96 с.

14. *Почепцов Г.* Информационные войны / Г. Г. Почепцов // – М.: "Рефл-бук", К.: "Ваклер". – 2001. – 576 с.

15. *Куцька О.* Причини, які призвели до "неактивності" військових частин ЗСУ в ході анексії Криму Російською Федерацією / О. М. Куцька, М. О. Туранський // Відродження Українського війська: сучасність та історична ретроспектива: Збірник матеріалів Міжнародної наукової конференції 1-2 грудня 2016 р. – К.: НУОУ, 2016. – 161 с.

16. *Підпригоро І.* Організація інформаційно-пропагандистського забезпечення підготовки і застосування 36 окремої бригади берегової оборони Військово-Морських Сил Збройних Сил України (за досвідом дій в ході анексії Автономної Республіки Крим та під час виконання завдань за призначенням після передислокації з тимчасово окупованої території) / І. І. Підпригоро // Анексія Автономної Республіки Крим та війна на Донбасі 2014–2015 рр.: збірник наукових праць за матеріалами Всеукраїнської науково-історичної конференції, 23 вересня 2015 р. / Національний військово-історичний музей України. – К., 2015. – 301 с.

17. *Кобзар А. О.* Становлення та розвиток структур виховної роботи у Збройних Силах України (1991–2011 рр.): дис.... канд. іст. наук: 20.02.22 / Кобзар Анатолій Олексійович; Нац. ун-т оборони України ім. Івана Черняхівського. – К., 2013. – 160 с.

18. *Костенко Ю. І.* Формування іміджу Збройних Сил України: проблеми та перспективи / Ю. І. Костенко, В. М. Малога // Вісник Національного університету оборони України, 2011. – № 3 (22) . – С.213-219.

19. *Варій М.* Морально-психологічний стан військ, його оцінка та підтримка на високому рівні / М. Й. Варій // Монографія. – Л: ВВП ДУ "ЛП", 1996. – 311 с.

20. *Почепцов Г.* Психологические войны / Г. Г. Почепцов // – М.: "Рефл-бук", К.: "Ваклер" – 2002. – 528 с.

21. Портрет предателя. Как комбриг Сергей Стороженко Родиной торговал: [Електрон. ресурс]. – Режим доступу: <http://argumentua.com/stati/portret-predatelya-kak-kombri-gergei-storozhenko-rodinoy-torgoval>.

22. Підпригора І. Ефект інформаційного вакууму як чинник впливу на організацію інформаційно-пропагандистського забезпечення Військово-Морських Сил Збройних Сил України у лютому - березні 2014 року / Військово-історичний меридіан. Електронний науковий фаховий журнал. – Вип. 5 (19) / Національний музей історії України у Другій світовій війні. Меморіальний комплекс, Ін-т історії України НАН України. – К., 2018.

23. *Солтис П.* 370 днів у камуфляжі (записки артилериста) / П. О. Солтис. – Острог-Здолбунів: Видавництво Національного університету “Острозька академія», 2016. – 2-ге вид., випр. і доповн. – 324 с.

24. Необходимо находить баланс між виконанням завдань та заохоченням бойових офіцерів: [Електрон. ресурс]. – Режим доступу: <http://www.mil.gov.ua/news/2018/05/24/neobhidno-znahoditi-balans-mizh-vikonannyam-zavdan-ta-zaohochennyam-bojovih-oficeriv-radnik-predstavnicztva-nato-v-ukraini-andreas-lajbner/>

25. *Сенявская Е.С.* 1941 – 1945. Фронтовое поколение. Историко-психологическое исследование. М.: Институт российской истории РАН. – 1995. – 87 с.

26. *Сенявская Е.С.* Психология войны в XX веке: исторический опыт России. “Российская политическая энциклопедия”. – М.; 1999. – 347 с.

27. Підпригора І. Зміни в організації інформаційно-пропагандистського забезпечення Військово-Морських Сил Збройних Сил України у 2014-2017 роках: [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://wartime.org.ua/35847-zmni-v-organizaciyi-informacynopro-pagandistskogo-zabezpechennya-vyskovo-morskih-sil-zbroynih-sil-ukrayini-u-2014-2017-rokah.html>.

28. “Чому йдуть з армії”. Чи справді “совкова” система перемогла «нову генерацію»? : [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://www.radiosvoboda.org/a/29221885.html>.

29. Смертельный полигон. Почему украинские военные гибнут не на фронте, а в тылу: [Електрон. ресурс]. – Режим доступу: <https://fakty.ictv.ua/ru/ukraine/20180321-smertelnyj-poligon-chomu-ukrayinski-vijskovi-gynut-ne-na-fronti-a-v-tylu/>

30. Бардак на полігоні “Широкий лан” викликав широкий резонанс в Україні: [Електрон. ресурс]. – Режим доступу: [https://glavnoe.ua/news/n336272-bardak-na-poligone-shirokij-lan-vyzval-shirokij-skandal-v-ukraine-\(foto-video\)](https://glavnoe.ua/news/n336272-bardak-na-poligone-shirokij-lan-vyzval-shirokij-skandal-v-ukraine-(foto-video)).

31. *Геннадій Карток*. “На часі ребрендинг і нова ідеологія війська”, Народна армія, № 5 (5537), 1 лютого 2018 року.

32. Бунтівний батальйон морпихів у чорних беретках: Якщо нас ламають – будемо битися: [Електрон. ресурс]. – Режим доступу: <https://novynarnia.com/2018/06/01/buntivniy-batalyon-morpihiv-u-chornih-beretah-yakshho-nas-lamayut-budemo-bitisya/>

33. Зеленін В.В. Психотехнології інформаційної війни. // Імперативи розвитку цивілізації. – 2015. № 2. – С. 136-139.

34. Герої – не всі, або: Не кажімо про бійців ЗСУ як про мерців: [Електрон. ресурс]. – Режим доступу: http://texty.org.ua/pg/news/textynewseditor/read/64334/Geroji_ne_vsi_abo_Ne_kazhimo.

Надійшла до редколегії 12. 07. 2018 р.

Pydoprihora I.
PROBLEMS OF INFORMATIONAL AND PROPAGANDA SUPPORT
IN THE LIGHT OF THE RUSSIAN-UKRAINIAN WAR

The author, relying on theoretical developments of modern scholars and his own practical experience of organizing informational and propaganda support in the military units of the Naval Forces of Ukraine, reveals the problematic issues and highlights the tendencies in the organization of informational and propaganda support of the Armed Forces of Ukraine during the peaceful years of independence and in modern conditions of Russian -Ukrainian War.

The ways of solving problem issues that can be taken into account for improving information and propaganda support are also suggested.

Keywords: Autonomous Republic of Crimea, Naval Forces of Ukraine, internal communication work, informational and propaganda support, Russian-Ukrainian war.