

АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ І МОЖЛИВОСТІ ПЛАНУВАННЯ ПОЛІТИКИ ІНФОРМАЦІЙНОЇ БЕЗПЕКИ В УКРАЇНІ

Україна вже понад 7 років знаходиться у стані гібридної війни, де використання традиційних систем озброєння відбувається епізодично і більшою мірою піддається регулюванню з боку міжнародних спостерігачів, тоді як інформаційна агресія, з якої, власне, і почався конфлікт, відбувається безперервно. Незважаючи на створення в Україні низки профільних військових підрозділів (в тому числі, мережі центрів інформаційно-психологічних операцій), управління ними здійснюється скоріше на оперативно-тактичному рівні, без необхідного в інформаційній роботі стратегічного планування у середньостроковому та довгостроковому періоді. Одним із трагічних прикладів незадовільності управління спеціальними силами у контексті попередження інформаційної агресії були події у Криму у 2014 році. ЦІПСО ВМС України було сформовано у Севастополі в 2003 році (зараз – 72-й центр інформаційно-психологічних операцій ССО України), і, незважаючи на те, що він був одним з останніх осередків опору російському вторгненню на півострові, його було захоплено внаслідок зради, а на бік РФ перейшли, за даними ВМС ЗСУ, 14 військовослужбовців Центру, зокрема офіцери [7]. Інший приклад: у період з 2015 до 2019 року функціонувало Міністерство інформаційної політики України, результати діяльності якого вкрай неоднозначні.

Одним із найефективніших превентивних засобів від інформаційних інтервенцій є системна релевантна інформаційна робота з населенням (контрпропаганда). Однак у цій сфері соціологами вже давно виявлено глобальну тенденцію, яка значно ускладнює реалізацію зусиль, спрямованих на патріотичне виховання, а саме – суттєву атомізацію суспільства [6][4]. Насамперед це стосується молоді, серед якої особливо помітна індивідуалізація цінностей [8][5]. Це свідчить про необхідність напрацювання нових векторів інформаційної роботи, яка має ґрунтуватися на аксіології цільової аудиторії.

Відповідно до актуальних соціологічних досліджень, ціннісний профіль української молоді матеріалістичний та аполітичний, серед пріоритетів у житті молоді тенденцію до збільшення вагомості мають лише пов'язані з власним добробутом (табл. 1).

	2016 рік	2017 рік	2018 рік
Сімейне щастя	71,7%	63,6%	59,9%
Здоров'я	55,8%	53,6%	53,0%
Кар'єра	48,1%	39,3%	36,6%
Можливість бути вільними і незалежними у своїх рішеннях та вчинках	38%	29,1%	28,2%
Можливість реалізувати свій талант і здібності	32,1%	22,1%	20,0%
Здобуття багатства	25%	28,1%	23,5%
Стати кваліфікованим спеціалістом	18,6%	14,2%	19,4%
Принести користь своїй країні	12,7%	8,1%	9,9%

Таблиця 1. Розподіл відповідей на питання «Чого найбільше Ви хотіли би досягнути в житті?» [2], [3]

При цьому досягнення багатства є пріоритетом як для молодих чоловіків, так і для жінок (табл. 2).

	Серед усіх	Молоді чоловіки	Молоді жінки
Сімейного щастя	59,9%	48,0%	72,2%
Здоров'я	53,0%	24,3%	10,8%
Побудувати успішну кар'єру	36,6%	11,1%	5,6%
Багатства	28,2%	4,3%	4,2%
Бути вільним і незалежним у своїх рішеннях та вчинках	23,5%	6,5%	3,3%
Мати можливість реалізувати свій талант і здібності	19,4%	0,4%	0,1%
Стати кваліфікованим спеціалістом	9,9%	0,3%	0,3%

Таблиця 2. Розподіл за статтю відповідей на питання «Чого найбільше Ви хотіли би досягнути в житті?» [3]

У 2019 році, за результатами соціологічного опитування, основними пріоритетами в житті для більшості молоді є здоров'я (49,8 %) і матеріальний добробут (35,2 %) [1].

Саме тому, крім традиційного ідеологічного та морального виховання молоді, необхідно формувати альтернативний дискурс "прагматичного патріотизму". Навіть якщо громадянин робить вибір на користь України з меркантильних міркувань – це кращий результат, ніж еміграція чи, тим більше, державна зрада. Мотивацію слід кластеризувати і проводити інформаційну роботу відповідно до всіх категорій цінностей населення (рис. 1).



Рисунок 1. Приклад інформаційних блоків у відповідності до цінностей аудиторії

Під час підготовки агітаційних матеріалів слід використовувати високоякісні відеоматеріали краєзнавчої спрямованості та інтерв'ю з авторитетними представниками відповідних сфер. Сучасні технології нейромаркетингу дозволяють вирішити одне з проблемних раніше завдань – машинне навчання в соціальних мережах може розкрити ціннісний профіль людини, або щонайменше виявити її вікову групу та стать, для яких соціологічні опитування визначають усереднений профіль цінностей, і показувати саме той інформаційний матеріал, який йому відповідає.

Таким чином, в контексті цифрової трансформації конфліктів та інформаційно-психологічних операцій (від друкованої та радіо-пропаганди) утворюються і нові технологічні можливості для попередження гібридних загроз. Результативність

класичних підходів до формування «системи координат» у населення знижується швидкими темпами, а відтік кваліфікованих кадрів за кордон збільшувався кожного року до початку пандемії COVID-19. Неможливо і неправильно відмовлятися від традиційного патріотичного виховання молоді, але за допомогою профілювання аудиторії та таргетованої реклами у мережі Інтернет, інформаційна робота з населенням стає індивідуальною, більш гнучкою та набагато ефективнішою. Відповідальність за впровадження коректної та далекоглядної політики інформаційної безпеки лежить саме на органах публічного управління.

Список використаних джерел:

1. Боярко І., Злуніцина Т., Морозова Н., та ін. Аналітичний звіт з проведення репрезентативного соціологічного дослідження становища молоді в Україні. Київ. 2019. URL: http://www.dsmsu.gov.ua/media/2020/02/12/22/Analitichnii_ZVIT_2019.pdf (дата звернення 06.11.2021).

2. Дмитрук Н., Падалка Г., Кіреєв С. та ін. Цінності української молоді. Результати репрезентативного соціологічного дослідження становища молоді. Київ, 2016. URL: http://dsmsu.gov.ua/media/2016/11/03/23/Zvit__doslidjennya_2016.pdf (дата звернення 06.11.2021).

3. Молодь України – 2018 / Результати репрезентативного соціологічного дослідження. – Київ : ДП «Редакція інформаційного бюлетеня «Офіційний вісник Президента України», 2018. – 72 с.

4. Ручка А.О. Ціннісні пріоритети населення України за умов суспільних трансформацій. Українське суспільство: 20 років незалежності. Соціологічний моніторинг. Т. 1. Київ: Інститут соціології НАНУ. 2011. 570 с.

5. Сокурянська Л.Г. Ціннісні засади громадянської ідентифікації сучасного українського студентства. Вісник Харківського національного університету ім. В.Н. Каразіна. 2010. №891: Соціологічні дослідження сучасного суспільства: методологія, теорія, методи. Вип. 26. С. 116-122.

6. Турен А. Социология без общества. Социологические исследования. 2004. № 7. С. 70.

7. У Севастополі росіяни пригнали "Тигр" для штурму українців. URL: <https://www.pravda.com.ua/news/2014/03/22/7019918/> (дата звернення: 6.11.2021)

8. Широканова А. А. Индивидуализация постсоветской молодежи в сфере морали. Социологические исследования. 2009. №12. С. 121-126.