

Інформаційно-аналітичне та PR-забезпечення діяльності малого та середнього бізнесу в Україні як основи зайнятості переміщених осіб. Деякі наслідки інформаційної війни.

Корнєв Ю.Г., професор ВНЗ «Національна Академія управління», генеральний директор компанії «Інфо-сервіс-груп»

За різними оцінками нині декілька мільйонів переселенців без пристанища та роботи виживають по всій Україні. Просто нестерпним стало життя для жителів Донбасу в зоні проведення АТО. Наслідки економічної кризи в Україні та різке погіршення клімату для підприємницької діяльності призводять до зuboжіння широких верств населення. В Україні нині 0,5 млн. офіційно зареєстрованих безробітних. На початок 2015 року з 1 мільйона переселенців тільки 8 тис. влаштувалися на роботу. Наприклад, в Запорізькій області на одне робоче місце 55 переселенців. А у найближчі місяці до безробітних додадуться тисячі демобілізованих воїнів. Бездумне підвищення тарифів на послуги ЖКГ, газ, електроенергію для населення, безсистемна, якщо не сказати злочинна, валютна, фінансово-кредитна та курсова політика, різке знецінення національної валюти призведуть до погіршення рівня життя десятків мільйонів людей. Фактично наша держава терпить поразку за поразкою, як у війні на Сході країни, так і на економічному фронті. **Мова фактично йде про таке: бути чи не бути незалежній Україні.**

Війна ускладнила процеси обміну необхідностями, без яких, по суті, неможливе життя людини. Мова йде про їжу, воду, одяг, житло, ліки тощо. По суті широко постало питання про те, що під загрозою для мільйонів громадян головне право людини – право на життя.

Вже рік керівники держави, впливові чиновники говорять про широкий комплекс соціально-економічних реформ в Україні, судову, адміністративні та інші реформи, боротьбу з корупцією та вдосконалення добору посадовців вищої та середньої ланки, підвищення їх відповідальності за доручену справу тощо. Але широкі верстви населення так і не знають: про які реформи конкретно йдеться, яка їх мета і наслідки у коротко-, середньо- та довгостроковій перспективі? Як все це конкретно позначиться на житті людей? Певна частина чиновників, мабуть, вважає, що от війна закінчиться, тоді візьмемося за реформи. Така думка вкрай шкідлива. Бо саме в умовах неоголошеної війни з північним сусідом нам як повітря потрібні реформи.

Річниця революції гідності та трагічних подій на Майдані ще раз показали, що у населення України зростає недовіра до дій влади, її здатності подолати корупцію, притягти до кримінальної відповідальності винних у звірячому вбивстві та загибелі людей, провести модернізацію державного апарату, суспільних та соціально-економічних відносин, всієї країни.

Тепер декілька тез **про інформаційну війну**. Наша країна нині веде чотири війни з противником: військові операції, війну економічну, дипломатичну і інформаційну. Не буду оцінювати перші три війни. Їх результати ви всі прекрасно знаєте. Скажу тільки про інформаційну війну, яку можу оцінити як менеджер і вчений. Кажу про це, бо в 1991 р. я заснував компанію «Інформ-інтелект» (м.Київ), в 1994 р. – ТОВ “Economics and Life International” (м.Прага, Чеська республіка), в 1999 р. – компанію «Інфо-сервіс-груп» («ІСГ», м.Київ). Ці компанії займались інформаційно-аналітичним та іміджевим супроводом українського та закордонного бізнесу, сприяли реформуванню національної економіки, розвитку підприємництва та формуванню ринкової інфраструктури в Україні, підвищенню конкурентоспроможності вітчизняних товаровиробників на світових ринках.

В 1999 р. компанія «ІСГ», генеральним директором якої я був, розпочала видавати дайджести для керівників – «Вектор». За 10 років роботи на ринку економічної інформації та аналітики компанія «ІСГ» завоювала репутацію авторитетного і компетентного постачальника оперативних інформаційних продуктів – дайджестів «Вектор». Станом на 2010 р. компанія видавала 11 інформаційно-аналітичних продуктів в електронному вигляді: «Вектор – щоденний огляд», «Вектор – щотижневий огляд», «Вектор – паливно-енергетичний комплекс», «Вектор – агропромисловий комплекс», «Вектор – транспорт», «Вектор – будівництво», «Вектор – фінанси», «Вектор – страхування», «Вектор – ринок телекомунікацій», «Вектор – туризм», «Вектор – ринок дорогоцінних металів та діамантів» (останні дев'ять – щотижнево).

В 2009 р. Міжнародна довідково-інформаційна система «Компас» визнала компанію «ІСГ» однією з десяти найкращих компаній України (шосте місце).

В 1994 р. та 1999 р. я був одним з керівників штабів кандидатів у Президенти України – В.Бабіча та Є.Марчука. Займався іміджевим супроводом діяльності таких політиків і бізнесменів – Олександра Кужель, Сергій Тігіпко, Євген Дмитрієв, (народний депутат України, президент ЗАТ «Титан»), Леонід Черновецький, Костянтин Боровий (РФ, перший президент РТСБ, відомий російський підприємець та політик), Віктор Федоров (президент концерну «ФІКО»), Володимир Сумін (перший президент Спілки юристів України, перший голова Ради промисловців та підприємців при Кабінеті Міністрів України, президент концерну «Орлан»), Анатолій Кінах, Володимир Щелкунов (президент Українського Національного комітету Міжнародної торгової палати), Сергій Єрохін (ректор «Національної Академії управління», в кінці 80-х - 1991 р. – зав. сектором науки ідеологічного відділу ЦК КПУ), Сергій Максимов (до 2012 р. – президент «Всеукраїнського акціонерного банку», один з найдинамічніших та найосвіченіших підприємців України, громадянин РФ).

Останні декілька років займаюся тематикою «Інформаційна війна» як вчений-економіст.

Вважаю, що досі так і не розпочата «Інформаційна Антитерористична операція».

Далі процитую декілька абзаців з матеріалу «Інформаційний Франкенштейн, або Реальні наслідки інформаційної війни». Автор – доктор психологічних наук Павло Горностай. Розміщений в інтернеті 21.02.1015.

...Воюють з інформаційними монстрами лише активісти-добровольці. Використовуючи військову аналогію – це захист окремими бійцями з автоматами і кулеметами від військової армади з танками, літаками та ракетами. Сили явно не рівні. А багато з наших «громадян» продовжують в цій війні битися на боці супротивника.

З усіх «матеріальних» втрат на сьогоднішній день дві є головними: 1) окупація Криму; 2) війна в Донбасі, що переростає в гуманітарну катастрофу регіону. Захват і анексія Криму є найяскравішим прикладом перемоги в інформаційній війні.

Очевидно, що без відповідної інформаційної боротьби повернути Крим назад буде дуже непросто, якщо взагалі можливо.

Ми не тільки втратили реальні географічні регіони. Ми втратили величезні області в інформаційному просторі, що виявилися зайнятими «антисвітами», проти яких ми не вживаємо ніяких дій. Ці поразки – первинні, вони – причина всіх наступних матеріальних втрат. Якщо ми не відвоюємо «інформаційні території», що існують в головах мільйонів людей, ми не зможемо повернути території географічні.

Без грамотної інформаційної політики рішення важливих державних задач стане неможливим або буде вимагати набагато більше ресурсів. Міркування про те, що у нас для цього немає ресурсів – злочинно небезпечні. Відсутність цієї діяльності обійдеться нам у тисячі разів дорожче.

Вже 15 місяців йде жорстока інформаційна війна. А на війну потрібно відповідати адекватними діями. Потрібно не переставати боротися з дезінформацією, руйнуючи реальність інформаційного антисвіту.

Брехні краще всього протиставляти правду. Дезінформація – це товар, «що швидко псується».

А правда, яку можна протиставити брехні, має фактично необмежений термін придатності.

Правда рано чи пізно переможе, зруйнувавши паралельну реальність...

Разом з тим події останніх 12–15 місяців викликали в країні небувалий досі патріотизм, почуття національної гідності, формування широкого кола інститутів громадянського суспільства. Волонтерський рух для допомоги воїнам, які воюють на фронті, населенню, яке потерпає в зоні АТО, став воістину всенародним. Там, де зашкарублі, корумповані, непрофесійні, державні механізми довели свою нездатність виконувати необхідні суспільні функції, виникли нові громадянські механізми, які взяли на себе постачання військовим формуванням зброї, транспортних засобів, палива, енергетичного обладнання, засобів зв'язку, обмундирування, їжі, води тощо. Частина необхідного для життя людей, передається населенню в зоні АТО, переселенцям. Волонтерські канали, допомога місцевих органів влади та населення переселенцям виконують також важливу ідеологічну, іміджеву функцію. Широкі верстви населення позбавляються набридливих стереотипів про «східняків» і «західняків», «бандерівців», «фашистів», зростає повага до тих, хто зі зброєю в руках відстоює незалежність і суверенітет України. Серед волонтерів чимало представників малого і середнього бізнесу, підприємців. Крім завдань матеріально-технічного забезпечення АТО, армії в цілому, вони стихійно виконують і роль бійців інформаційної, психологічної війни.

Деякі кліше і алгоритми поняття «інформаційна війна».

Поняття «інформаційна війна» носить синтетичний характер. Воно увібрало в себе в ході історичної еволюції цілий ряд явищ, що виявляються в людському суспільстві при взаємодії мас, натовпів, народів, соціальних груп. При цьому воно у відповідності до мети впливу на людей отримувало визначення як пропаганда, контрпропаганда, спецпропаганда, психологічна війна, техніка дезінформації тощо. Ієрархи, монархи, королі, вожді, лідери, державна і партійна бюрократія постійно покращували технологію взаємодії з масами, впливу на них. При становленні інформаційного суспільства, суспільства масової культури, в ході глобалізації інформаційних процесів і демократизації суспільства, тобто участі в соціально-політичному житті все більших людських мас, стало очевидним відособлення такого явища, як інформаційна війна. У багатьох роботах сучасних політологів воно було описано, визначені з різних точок зору і з різних сторін багато його якісних характеристик.

На думку американського військового керівництва, інформаційна війна — це сукупність заходів, що здійснюються задля досягнення інформаційної переваги над супротивником шляхом впливу на його інформаційні системи, процеси, комп'ютерні

мережі, суспільну та індивідуальну свідомість та підсвідомість населення, особового складу збройних сил, при одночасному захисті свого інформаційного середовища.

Під терміном «психологічна війна» слід розуміти цілеспрямоване та планомірне використання пропаганди та інших засобів (дипломатичних, військових, економічних, політичних тощо) для прямого чи опосередкованого психологічного впливу на думки, настрої, почуття і, в результаті, на поведінку супротивника з метою змусити його діяти відповідним чином.

Одвічна слов'янська дилема, про яку говорили класики (Тарас Шевченко, Леся Українка, Іван Франко, Дмитро Донцов, В'ячеслав Липинський), це «Хто винуватий» і «Що робити»? Будемо вважати, що ми вже зрозуміли «Хто винуватий». Отже, **«Що робити»?**

Інформаційно-аналітичне та PR-забезпечення проектів щодо діяльності малого та середнього бізнесу в Україні як основи зайнятості переміщених осіб

- Випуск дайджесту «Вектор: МСБ» для представників МСБ, переміщених осіб та структур (організацій, осіб), які опікуються їх діяльністю. Щотижня, а потім щодня (у робочі дні).

— Рубрики дайджесту «Вектор: МСБ»:

1.

- ✓ У структурах влади
- ✓ Пропонуємо місця для проживання
- ✓ Потрібні спеціалісти (ярмарка вакансій)
- ✓ Пропоную себе на ринку праці
- ✓ Новини волонтерського руху
- ✓ Розробки МСБ, що потребують інвестування
- ✓ Тендери, аукціони

2.

- ✓ Економічна політика
- ✓ Кадри (довідки про тих, кого призначили на різні суспільно-значимі посади)
- ✓ Законодавство
- ✓ Банки і фінанси
- ✓ Реальна економіка
- ✓ Паливно-енергетичний комплекс
- ✓ Агропромисловий комплекс
- ✓ Будівництво
- ✓ Транспорт та зв'язок
- ✓ Світові бізнес-новини
- ✓ Новини технологій
- ✓ Виставки, ярмарки, конференції
- ✓ Аналітичні огляди з різних соціально-економічних проблем та галузей виробництва
- ✓ Стаття номера

- Створити пул друкованих та електронних ЗМІ, інтернет-ресурсів, керівники (власники) яких згодні допомагати системі проектів «МСБ – основа стабільності суспільства та

зайнятості переміщених осіб». Під егідою Української асоціації бізнес-інкубаторів та інноваційних центрів, Всеукраїнської профспілки працівників малого та середнього бізнесу «Єднання», Інституту економіки та прогнозування НАН України, Інституту демографії та соціальних досліджень ім.М.В. Птухи НАН України, Програми розвитку ООН, Світового банку, Національної Академії управління тощо провести зустріч з редакторами таких ЗМІ. Пленарне засідання – в «Укрінформі». Після цього – фуршет.

Оголосити разом з НСЖУ Всеукраїнський конкурс на краще висвітлення проблем МСБ та переміщених осіб з вагомими преміями (від 500\$).

- Організувати потужний інтернет-портал «МСБ – панорама».
- Через 2-3 місяці розпочати випуск дайджесту «Вектор: МСБ» англійською мовою. Надсилати його (спочатку безкоштовно) у представництва світових фінансових організацій в Україні (Світовий банк, ЄБРР тощо); представництва ООН в Україні, НАТО, ЄС; посольства ряду країн в Україні (країни Європи, США, Канада, Бразилія, Мексика, Аргентина, Японія, впливові країни Азії – Китай, Індія, Австралія тощо).
- Вийти на декількох впливових представників великого бізнесу (Коломойський, Ахметов, Фірташ, ...) із пропозицією фінансово підтримати систему проектів «МСБ – основа стабільності суспільства» в обмін на позитивний PR для них. Якщо вийде – з допомогою їх коштів розпочати терміново випуск дайджесту «Вектор: МСБ», створення інтернет-порталу, «МСБ – панорама» тощо.
- Звернутися до 15-20 представників стабільного бізнесу з пропозицією підтримати систему проектів «МСБ – основа стабільності суспільства» як можливу форму диверсифікації свого бізнесу, кадрового оновлення їх компаній за рахунок ефективних переселенців, участі у суспільно-значимій справі як основи позитивного іміджу, встановлення з нашою допомогою тісних контактів із ЗМІ.
- Визначити коло народних депутатів України (О.Кужель, О.Продан та ін.), через яких лобювати систему проектів «МСБ – основа стабільності суспільства», проблем переміщених осіб.
- Домовитися з існуючими ефективними інтернет-ресурсами: «Українська правда», «Інтернет-напалм», «Ukr.net», «РБК-Україна», «Корреспондент», «ТСН», «Ліга.net», «УНІАН», «ФАКТЫ», «Інтерфакс-Україна», «Бульвар Гордона», «День» тощо про взаємний обмін інформацією, взаємодію та співробітництво.
- Вийти на відомі та світові інтернет-ресурси з пропозицією розпочати інтернет-проект: «Допоможі Україні сьогодні», всіляко розвивати народну дипломатію з населенням країн Європи, США, Канади тощо під гаслом: «Зупинемо агресора сьогодні, щоб бути вільними завтра!»