



Бухтатий Олександр Євгенійович,
кандидат наук з державного управління,
головний консультант Головного департаменту
інформаційної політики Адміністрації
Президента України

Bukhtatyi Oleksandr,
Chief Consultant of the Main Department of
Information Policy at the Presidential
Administration,
PhD in Public Administration

Шевченко Ганна,
кандидат географічних наук, голова наукового
товариства «Інтелект» КЗСОР «Сумська обласна
гімназія-інтернат для талановитих та творчо
обдарованих дітей»

Shevchenko Hanna,
PhD in Geographical Sciences, the Head of
Scientific Society «Intelligence», Sumy Regional
Gymnasium-Boarding School for Talented and
Creatively-Gifted Children

Левченко Софія,
учениця 11-го класу КЗСОР «Сумська обласна
гімназія-інтернат для талановитих та творчо
обдарованих дітей», член Малої Академії Наук

Levchenko Sofia,
a Student of the 11th Grade at Sumy
Regional Gymnasium-Boarding School for
Talented and Creatively-Gifted Children, a
Member of the Small Academy of Sciences

УДК 070:004.738

Пошукова оптимізація новинного сайту: принципи та методи

Search Engine Optimization for News Websites: Principles and Methods

У статті досліджуються й аналізуються питання відродження, формування та розвитку одного з важливих сегментів української військової преси, а саме – оперативних, локальних «бригадних» друкованих видань (інформаційних бюлетенів, вісників тощо) військових формувань Збройних Сил України. На прикладі діяльності Оперативного командування «Захід», у всіх бригадних підрозділах якого протягом 2015–2018 рр. у процесі військово-цивільного партнерства з реформованими друкованими засобами масової інформації місцевої сфери розповсюдження було започатковано та налагоджено діяльність локальних «бригадних» (фронтових) друкованих засобів масової інформації. Наведені результати експертного опитування військовослужбовців та запропоновано контентно-інформаційну структуру цих видань. На основі опрацювання нормативно-правових аспектів діяльності цих друкованих видань та з урахування практичних результатів вироблено пропозиції щодо внесення змін до законодавства про пресу з метою спрощення процесів легалізації (реєстрації) та забезпечення належного функціонування таких видань.

Ключові слова: преса; прес-офіцер; «бригадна» (фронтowa) газета; редакція реформованого засобу масової інформації; військово-цивільне партнерство.

The article studies and mainly focuses on the issues of revival, formation and development of one of the important segments of the Ukrainian military press, namely, operational, local “brigade” print publications (newsletters, bulletins, etc.) of the military units and formations of the Armed Forces of Ukraine.

The authors analyze the pattern of the practice of the Operational Command “West”. In all of its brigade units the activities of local “brigade” (military front) print media were initiated and established (during 2015–2018) within the process of military-civilian partnership with the reformed print media of the local distribution.

The research represents the results of the expert survey of military personnel and offers the content-information structure of such military publications.

Based on consideration of the legal aspects of the activity of these print military publications and its practical results, the authors recommend the amendments to the press legislation aimed at simplifying the processes of legalization (registration) military press and providing for its proper functioning after termination of the Anti-Terrorist Operation in Ukraine.

Keywords: print media; press officer; “brigade” (military) newspaper; editorial staff of reformed media; military civil partnership.





Вступ. Питання захисту національного інформаційного простору та протидії інформаційній агресії нерозривно поєднане з процесами утворення, функціонування та розвитку українських військових мас-медіа та військової журналістики як складової й невід'ємної частини державотворення сучасної України. Визнаючи той факт, що протягом практично всього періоду державної незалежності в Україні відбувалися процеси, спрямовані на дезорганізацію, знецінення, руйнацію обороноздатності загалом, а також іміджу та суспільної довіри до Української армії зокрема, потрібно визнати, що й українська військова журналістика також потрапила в зону небезпеки денаціоналізації та фактичного знищення.

Сьогодні очевидним і беззаперечним є той факт, що передумовою військової агресії з боку Російської Федерації була масована, скоординована та спланована потужна інформаційна атака на Україну, яка, з одного боку, виражалася у спрямуванні пропагандистськими російськими медіа на українське суспільство та міжнародне співтовариство потоку маніпулятивної «фейкової» інформації, а з іншого – шляхом фізичного і морального тиску здійснювалось знищення всіх національних інструментів, здатних протидіяти цій пропаганді.

Трагічні для Української держави події весни 2014 р., а саме анексія Автономної Республіки Крим та окупація частини території Донецької і Луганської областей, наочно довели недосконалість та хибність тогочасної державної інформаційної політики, спрямованої, зокрема на фактичне знищення української військової журналістики та преси.

Але сьогодні ми можемо констатувати, що Збройні Сили України та українське суспільство вже зробили певні висновки з тих подій і навчилися досить успішно протистояти агресору.

Водночас, на нашу думку, ще недостатньо вивченим залишається питання ролі локальної військової преси в процесах відродження нової української армії та забезпеченні захисту територіальної цілісності держави та національної безпеки.

Цим і зумовлюється актуальність порушеної проблеми, що зокрема, стосується питання винайдення ефективного механізму, який би забезпечував не тільки належний розвиток військових медіа, а й сприяв би підвищенню їхньої якості, медіа-ефективності, якомога повнішому й оперативнішому забезпеченню інформаційних потреб військовослужбовців тощо.

Теоретичне підґрунтя. Аналіз наукових досліджень і розвідок показує, що питання становлення та розвитку інформаційного складника

розвитку української армії, інформаційної безпеки, протидії ворожій пропаганді досліджувалось низкою вітчизняних науковців, таких як Г. Кривошея, В. Горбулін, М. Ожеван, Г. Почепцов, О. Радченко, Р. Драпак, С. Горевалов, Н. Зикун, С. Сегеда, В. Лизанчук, С. Кость та ін. Проблематика діяльності національно-патріотичної преси в лавах Української армії висвітлювалась в роботах авторів та науковців середини ХХ ст. Спираючись на творче надбання тих науковців, які тією чи іншою мірою розробляли проблеми періодизації історії української преси, потрібно відзначити, що на початку ХХІ ст. ця тема була практично відсунута на задній план вітчизняної науки у сфері соціальних комунікацій. Катастрофічну помилковість таких рішень і підходів було, на жаль, доведено сучасною реальністю під час протидії військовій агресії на східних кордонах України.

З іншого боку потрібно зазначити, що за період з 2012 по 2017 рр. кількість інформаційних повідомлень у російських мас-медіа щодо Збройних сил Російської Федерації зросла з 10 тис. до понад 115 тис.! При цьому кількість негативних матеріалів зменшилась майже в 10 разів – з 2360 до 250 повідомлень на рік. Щорічно понад 700 журналістських матеріалів відзначаються на конкурсі «Медіа – АС», який з 2015 року організовується міноборони РФ [1].

Методи дослідження. У дослідженні використано описовий і хронологічний методи, опитування, статистичний метод, методи типології і контент-аналізу.

Результати дослідження. Як зазначає вітчизняний дослідник Г. Кривошея, процеси українського державотворення завжди супроводжувались створенням національних збройних формувань та українських медіа. Так, фактично з перших тижнів народження революцією 1917 р. Української армії відбувалося й утворення української військової преси, згадки про яку існують у чисельних джерелах. З огляду на згадане, Г. Кривошея запропонував власну версію історичної періодизації процесу розвитку цього типу вітчизняної журналістики.

Перший період. Українська військова журналістика від започаткування до формування певної системи (1912–1917).

Другий період. Українська військова преса в часи революцій у Росії та національно-визвольних змагань України (1917–1921).

Третій період. Українська військова преса в міжвоєнний період (1921–1939).

Четвертий період. Українська військова преса в роки другої світової війни (1939–1945).

П'ятий період. Українська військова преса в післявоєнний період (1945–1991).





Шостий період. Українська військова преса в роки розбудови української державності» [2].

Потрібно зазначити, що окремі згадки про українську військову пресу (у наведеній класифікації це віднесено до другого періоду) знаходимо в дослідженнях з історії боротьби за державну незалежність 1917–1921 рр. Зокрема у праці «Сумщина в боротьбі: біографії, історії спогади» оприлюднено згадку М. Бутовича (1966) про те, що «інформаційне бюро армії Чернігівщини та Полтавщини видавало газету «Воля», до складу редакційної колегії і співробітників якої входив також і відомий український поет Павло Тичина» [3, с. 151]. Редактором цього видання був один з організаторів 1-ї козацької стрілецької дивізії армії УНР (Сіра дивізія) Павло Дубрівний. У цьому ж дослідженні знаходимо відомості про ще одне видання, очолюване П. Дубрівним, – «Вістка Сірих» (м. Луцьк, 1919) [3, с. 361]. Згада не дає підстави відзначити той факт, що у період української революції 1917–1921 рр. у військових частинах української армії існувала своя військова преса.

На жаль, після здобуття незалежності у 1991 р. українські військові газети були практично знищені і нині, за даними Державної наукової установи «Книжкова палата імені Івана Федорова», в Україні діє тільки одне таке офіційне газетне видання Міністерства оборони України – «Народна Армія» (див. табл.).

Таблиця.

Перелік друкованих засобів масової інформації (газет) військово-патріотичної тематики, які функціонують в Україні станом на 1 січня 2018 р.

Назва видання	Засновник	Місто
Народна армія	Міністерство оборони України	Київ
Прикордонник України	Адміністрація Державної прикордонної служби України	Київ
Сила і честь	БФ «Карітас»	Дрогобич
Славянка	Харківсько-Слобожанська паланка війська Запорізького	Харків
Слово ветерана	Трудовий колектив редакції та обласна рада Організації ветеранів України	Харків
Ветеран	Херсонська обласна організація ветеранів	Херсон

Загалом, підтримуючи позицію Г. Кривошея щодо періодизації етапів становлення та розвитку вітчизняної військової журналістики, на наш погляд, сьогодні ми можемо вести мову про dokonаний факт виникнення нового періоду в історії української військової журналістики та військових мас-медіа, що було наочно

підтверджено під час бойових дій на сході України. Таким чином, можна відзначити, що сучасна боротьба за українську державну незалежність дає підстави виокремити і ввести в науковий дискурс ще один важливий період новітньої історії української військової журналістики, а саме:

Сьомий період. Відродження української військової журналістики та військових локальних мас-медіа у період протидії російській агресії (з 2014 року).

Цей своєрідний феномен є результатом протидії українського народу військовій агресії з боку Росії. Саме в цей складний час в українському суспільстві відбулося реальне усвідомлення ролі та важливості військових мас-медіа та військової журналістики. На сьогодні ми можемо вести мову про існування принаймні двох спільноветорних напрямів:

- на загальнодержавному рівні – зміцнення кадрового потенціалу військової журналістики та фінансово-матеріальних позицій традиційних військових медіа, як то, редакції головної газети Міністерства оборони України «Народна Армія», утворення і розвиток військового радіо «Армія FM» [4], усвідомлення необхідності відродження спеціалізованого військового телебачення тощо;

- на локальному рівні – створення «бригадних» (фронтових) друкованих видань – локальних, оперативних, малотиражних видань (газети, інформаційні бюлетені, вісники тощо) окремих військових формувань (зокрема шляхом трансформації у «друковану пресу» існуючих «бригадних» інформаційних сторінок, які діють в мережі Facebook).

Очевидно, що використана у нашому дослідженні дефініція «локальна «бригадна» преса» – є досить умовною, оскільки більше характеризує ці військові мас-медіа за аудиторією і територією поширення та ініціативою щодо їх створення «знизу», різними редакційно-видавничими циклами, які зумовлені реальними вимогами нашого часу, редакційно-видавничими можливостями та інформаційними потребами військовослужбовців окремих військових формувань.

Водночас, на нашу думку, сучасна українська «бригадна» (фронтowa) преса вже має свої чіткі особливі ознаки, які дозволяють виділити її в окремий сегмент видань, відмінних від офіційних друкованих органів Міністерства оборони України.

Аналіз структури військових друкованих засобів масової інформації, що існують зараз (офіційні дані наведені у табл.) та результати моніторингу повідомлень у вітчизняному інформаційному просторі, дозволяють здійснити певну систематизацію, створивши ієрархію, розподіливши їх за типом преси, типом видань та



спрямованістю на аудиторію (загальні, за родами військ та «бригадні»). Варто зауважити, що ця ієрархія є результатом аналізу доступної у відкритому доступі інформації про військові друковані видання.

Крім того, потрібно зазначити, що й досі військова преса, а особливо «бригадна» (фронтowa), залишається малодослідженим феноменом, процес її формування доволі спонтанний, крім того, враховуючи її основні завдання, мету (місію) та характеристики, строк її медіа-життя може бути досить нетривалим (див. рис.1).

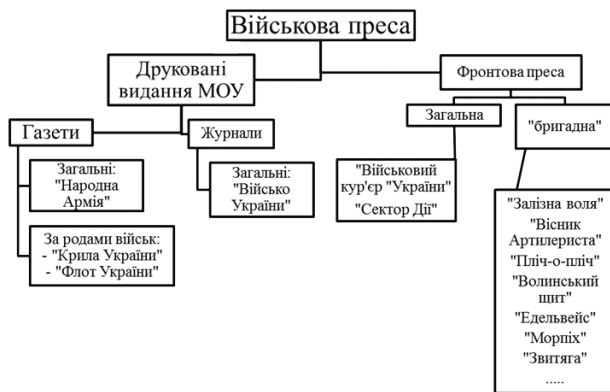


Рисунок 1.

Класифікація військової преси Збройних Сил України

На нашу думку, найважливішою ознакою «бригадних» (фронтowych) видань є те, що вони створюються за ініціативи командування, прес-офіцерів, військовослужбовців, волонтерів та громадських організацій, а не на замовлення Міністерства оборони України. Саме за цією головною ознакою, яка визначає також й інші відмінності від традиційної преси, ми й виокремлюємо її в окремий медійний сегмент української журналістики.

В Україні ці видання почали виникати, починаючи з 2014 р., спонтанно і здебільшого як реакція на виклики інформаційної агресії «руського міра»: масований потік російської пропаганди, спрямований насамперед на свідомість мешканців південно-східної частини України для просування ідей сепаратизму, «пацифікації», деукраїнізації тощо, а також на руйнування морального духу та боєздатності українських військовослужбовців. Тому виникнення військової «бригадної» (фронтowej) преси стало певним кроком-відповіддю та протидією вказаним інформаційним загрозам і атакам.

Потрібно визнати, що утворення цього сегмента преси супроводжувалось низкою загальних проблемних аспектів, які мали як

локально-елементарний характер: відсутність фахового, журналістського, «видавничого» досвіду прес-офіцерів, відповідного обладнання (фото-, комп'ютерної техніки), належної поліграфічної бази тощо, так і комплексний загальнодержавний – законодавча нерегульованість питання їх легалізації та невизначена позиція щодо цих мас-медіа на рівні оборонного міністерства, кадровий дефіцит військових журналістів, відсутність досвіду та навичок в частині редакційно-видавничої підготовки видань, неналежна поліграфічна база тощо.

Разом з тим, сьогодні ми можемо стверджувати, що більшість цих проблем вдалося врегулювати в результаті впровадження механізму військово-цивільного партнерства прес-служб військових підрозділів та редакцій реформованих друкованих засобів масової інформації про що свідчать приклади успішної реалізації перших пілотних проектів («Залізна воля», «Волинський щит», «Пліч-о-пліч» та ін.), що, в свою чергу, говорить про роль і важливість цього проекту для Збройних Сил України, який до того ж має свою військово-історичну ретроспективу. Для прикладу можна зазначити, що в роки Другої світової війни в Радянській армії створювалася мережа нових видань, перш за все, фронтowych газет військових підрозділів усіх рівнів: армійські, бригадні, стрілецькі, танкові, загальновійськових з'єднань, військ протиповітряної оборони. Всього до кінця 1942 р. створюється близько 700 таких газет [5, с. 20].

Нині нам доводиться констатувати, що на початку російської військової агресії Українська Армія мала негативну медіареальність і практично знівельований медіапотенціал. Зокрема, як зазначив вітчизняний дослідник Р. Гривінський (2014), якщо «ще двадцять років тому в Україні була потужна база для підготовки військових журналістів, однак із різних причин, як і у випадку з іншими військовими спеціальностями, цей напрям було практично втрачено. Впродовж останніх півроку Україні довелося відновлювати військову журналістику в умовах, коли конфлікт уже тривав, однак системних змін у сфері підготовки відповідних спеціалістів поки що не відбулося ... на спеціальність «журналістика» щороку набирали... від п'яти до восьми чоловік. Це і є весь кадровий резерв України на цьому напрямі...» [6].

С. Горевалов вважає, що за великим рахунком «українська військова журналістика виникла як певна аналогія до військової преси колишніх Збройних Сил СРСР та під впливом функціонування цивільної національно-патріотичної державницької преси України. Нині військова журналістика докладляє зусиль для всебічного





інформування воїнів, зближення армії і народу, національно-патріотичного, морального, фізичного і професійного виховання військовослужбовців, підвищення обороноздатності України. Однак система військових ЗМІ, насамперед преси, не задовольняє сучасних потреб в оптимальному інформаційно-пропагандистському забезпеченні особового складу ЗСУ» [7, с. 254]. Характерно, що ця робота була опублікована у 2013 р. і передувала трагічним подіям на сході України. У висновках зверталась увага на важливість і релевантність формування й належного функціонування військової преси як більш мобільного, оперативного та ефективного засобу масової інформації, який би поєднував традиції минулих років та переваги сучасних інформаційно-комунікаційних технологій.

Як показує досвід останніх років, важливим компонентом цього напрямку стала військова локальна преса, механізм відродження, формування та функціонування якої вироблявся в реальних бойових умовах. Сьогодні ми можемо констатувати, що військова агресія з боку Російської Федерації на сході України підняла на поверхню суспільних та наукових дискусій не лише завдання забезпечення оборони та захисту державного суверенітету й територіальної цілісності України, а й проблему вироблення дієвого механізму протидії засобам ворожої пропаганди та інформаційній агресії, що стосується і розвитку української військової журналістики, військових мас-медіа, оперативного та комплексного забезпечення інформаційних потреб українських військовослужбовців.

Так, 24-та окрема механізована бригада імені короля Данила стала одним із перших бойових підрозділів Української армії, де в межах волонтерської медіа-акції «Реформована преса – Українській Армії!» (2017) започатковано друкований випуск інформаційного бюлетеня «Залізна воля». Ця акція швидко знайшла підтримку волонтерів в інших бригадах: свої видання започаткували газетарі із Сумської, Чернігівської, Рівненської та інших областей [8]. Тривалий час цей інформаційний продукт прес-служби, який мав вигляд «Інтернет-газети» та отримав назву «Залізна воля», вироблявся силами двох прес-офіцерів 24-ї бригади та поширювався в мережі Facebook. Друкований варіант виготовлявся в одному-двох примірниках на кольоровому принтері та розміщувався на дошці оголошень, розташованій на території дислокації частини. Водночас, у квітні 2017 р. завдяки організації та налагодженню військово-цивільного партнерства з редакціями реформованих комунальних газет Сумської області було виготовлено перший друкований тираж «Залізна воля» (№ 57) і передано його у

розташування частини у районі міста Попасна Луганської області.

З того часу військовослужбовці цієї військової частини з регулярно отримують чергові випуски «бригадної» газети «Залізна воля». Про популярність видання та ефективність військової преси може свідчити один, на превеликий жаль, трагічний епізод, коли у кишені однострою загиблого від кулі ворожого снайпера українського воїна було знайдено акуратно згорнутий примірник «Залізної волі», який, імовірно, той планував надіслати додому... Вічна слава і пам'ять героям!

На даний час у світ вийшло вже понад сімдесят випусків цього видання і один з його авторів, прес-офіцер 24-ї бригади, лейтенант Володимир Фітьо, який до того ж є випускником факультету журналістики Львівського національного університету імені Івана Франка зазначає, що «на початку співпраці нашої прес-служби та реформованої редакції комунальної газети “Білопільщина” ми отримали абсолютно новий продукт, який по праву вже називається “газетою”. Основною відмінністю бригадного видання є те, що військовослужбовці можуть читати саме про ті новини, які відбуваються в їхній бригаді, новини соціального захисту, історії героїв, які захищають Батьківщину поруч з ними та багато іншого. Ця інформація якраз і заповнює певний інформаційний вакуум, який існує в наших захисників на передових позиціях. Ну і звісно, коли тримаєш друкований варіант в кольорі, з хорошим дизайном та якісним друком – це вже зовсім інший рівень, чим роздрукований листок на інформаційній дошці. А коли в цій газеті є ще матеріал саме про твій підрозділ з фото – це справжній скарб, який бережеться і демонструється всім рідним і близьким вдома» [9].

Характерна відмінність «бригадної» преси від загальновійськових газет, а також її унікальна особливість полягає в тому, що героями публікацій є бойові друзі та побратими, які пліч-о-пліч на передових рубежах протистоять російській ворожій агресії та розділяють часи смутку й радощі військової служби.

У цьому аспекті потрібно зазначити на принциповій подібності й високій медіа-ефективності як «цивільних», так і «військових» (фронтових) локальних газет. Про авторитет і популярність місцевої преси свідчать результати щорічної передплати, згідно з якими протягом останніх років коливання сукупних тиражів (за передплатою) місцевих газет в Україні перебувають у межах статистичної похибки (+/- 2...3%), тоді як зменшення тиражів загальнонаціональної преси становить 8-10% щорічно.

Локальні «бригадні» (фронтові) газети, що створюються у військових підрозділах Збройних





Сил України, є сучасним, унікальними та особливо важливими інформаційним продуктом для військовослужбовців. Адже саме в них з'являються новини та інформація безпосередньо про самих військовослужбовців, про їхній військовий підрозділ. Цей чинник близькості до читача в зоні бойових дій є надзвичайно важливим і відіграє роль потужної моральної підтримки українських воїнів.

Один з ініціаторів запровадження згаданої медіа-акції «Реформована преса – Українській Армії», головний редактор газети «Білопільщина», голова ГО «Асоціація регіональних ЗМІ Сумщини» Наталія Калініченко, зазначає, що «військовослужбовці, призвані на службу з різних куточків країни і ніякого відношення до місця «приписки» бригади часто не мають. А там, де несуть службу, місцеве населення не завжди прихильно ставиться до військових. Та і взагалі, місцеві живуть окремим, своїм цивільним життям. Тож і «випадають» наші бійці з локального інформаційного простору, бо ж вдома про них пишуть мало, і на війні – теж не часто» [9].

Ефективність локальної «бригадної» преси багато в чому подібна до аналогічної характеристики успішних місцевих газет, феномен яких полягає у безпосередній «близькості» до своєї аудиторії – місцевих жителів, бо героями журналістських матеріалів є прості громадяни. Також вагомими аргументами є відносна дешевизна цього друкованого інформаційного продукту та фактично унікальне становище на ринку місцевих новин і подій, що в комплексі створює передумови для успішного функціонування цього сегмента медіа, який до того ж отримав від української держави новий стимул для розвитку.

У цьому аспекті потрібно відзначити, що нині в Україні успішно триває запроваджений у 2016 р. процес реформування комунальної преси, який на практиці не тільки розвінчав міф про неспроможність до виживання місцевої преси, а й створив передумови для успішної взаємодії реформованих редакцій та військових підрозділів Збройних Сил України. Вже згаданий медіа-проект «Реформована преса – Українській Армії!» є ще одним реальним доказом ефективності процесу реформування та спроможності редакцій місцевих газет ефективно діяти у сфері захисту і розвитку національного інформаційного простору, оскільки вони виявилися здатними не лише виконувати свою суспільну місію, а й забезпечують активну допомогу Українській Армії.

Крім наведеного прикладу успішного функціонування завдяки військово-цивільній медіавзаємодії прес-офіцерів та журналістів реформованих газет із Сумської області «бригадної» (фронтвої) газети 24-ї бригади «Залізна воля»,

можна зазначити, що завдяки такому механізму з травня 2017 р. регулярно видається інформаційний бюлетень 128-ї окремої гірсько-піхотної механізованої бригади «Пліч-о-пліч», матеріали до якого готує прес-офіцер цієї військової частини, а верстають та виготовляють його редакції реформованих комунальних газет із Рівненської області [10].

Популярністю серед військовослужбовців 14-ї окремої механізованої бригади користується й видання «Волинський щит», яке також позиціонується як «бригадна» газета. Всі функції з її додрукарської підготовки та поліграфічного виготовлення взяли на себе реформовані редакції з Чернігівської області.

Надія Замрига, начальник прес-служби 14-ї окремої механізованої бригади, у червні 2017 р. відзначила, що «наші військовослужбовці – це герої не одного роману, не кажучи вже про газетний матеріал... З дванадцяти запропонованих назв затвердили таки «Волинський щит». До травня 2017 року світ побачило одинадцять номерів, які роздруковувалися на принтері (і не завжди кольоровому!). Читали-переказували-фотографували на мобільний. Звісно, охоплення читацької бригадної аудиторії було невелике. На жаль... А так хотілося кожному, про кого був матеріал, надіслати додому... Ми всі мріяли про справжню газету, з незабутнім запахом друкарської фарби, зі справжнім газетярським форматом... І як результат – за підтримки керівника ГО «Асоціація регіональних ЗМІ» Олександра Назаренка, редактора реформованої редакції комунальної газети «Наше слово» з міста Мена Чернігівської області та чернігівської друкарні ПАТ ПВК «Десна» наша бригада тепер має друкований варіант бригадної газети «Волинський щит» з тиражем 700 примірників! Співпраця у нас надзвичайно ефективна і оперативна: скинуті зверстані сторінки газети «електронкою» вже за 5 днів повернулися в Станицю Луганську віддрукованою газетою і впродовж дня всі примірники були розвезені нашим військовослужбовцям на передову.

Нарешті ми почали впевнено завойовувати внутрішній інформаційний простір! Поступово, в межах однієї бригади. Але якщо уявити, що кожна військова частина матиме власне видання, це буде, без перебільшення, потужний інформаційний прорив! Хлопці хочуть читати! Про себе, про побратимів з інших підрозділів, про бригадні досягнення. А уявіть, якщо герой публікації відправить додому примірник цієї бригадної газети? Працюємо над зворотнім зв'язком, тобто з родинами військовослужбовців, громадами населених пунктів, звідки родом наші бійці. Це та аудиторія, яку потрібно залучати до нашого контенту. Варто врахувати й співпрацю з локальними ЗМІ,





які також розширюють нашу читацьку аудиторію. Завдання прес-служби 14 окремої механізованої бригади: надати якомога більше інформації про своїх військовослужбовців, їхнє життя на передовій, інтереси, світогляд, події, досягнення. Про те, чим живемо, заради чого воюємо на Сході України. Врешті-решт, країна має знати своїх героїв!» [14].

Тому вже сьогодні, аналіз схеми взаємодії прес-служб військових частин та реформованих редакцій місцевих газет, дає змогу відзначити їхню досить просту логістику та ефективність (рис. 2). За подібним алгоритмом наприкінці 2017 р. вийшов «до друку в світ» Інформаційний бюлетень 10-ї окремої гірсько-штурмової бригади «Едельвейс №12», допомогу у випуску якого надають Івано-Франківські редактори місцевих газет та обласна державна адміністрація. В свою чергу, прес-служба 44-ї окремої артилерійської бригади розпочала активну взаємодію з редакціями газет Хмельницької області щодо видання власного «артилерійського» бюлетеня.

Таким чином, можна констатувати, що у 2017 р. керівництву ОК «Захід», офіцерам прес-служби, редакціям реформованих газет вдалося практично повністю забезпечити стабільний випуск та оперативне розповсюдження «бригадної» преси у всіх підрозділах цього оперативного командування [11].

Ще не можна вести мову про стовідсоткове забезпечення військовослужбовців «бригадною» пресою, про стабільність випусків та регулярність, але однозначно можна констатувати, що запропонований механізм доволі успішно діє, а такий практичний досвід можна поширити на інші військові підрозділи Збройних Сил України. Загальна кількість таких видань, за попередніми орієнтовними розрахунками, може становити від 50 до 80 назв.



Рисунок 2.

Алгоритм моделі військово-цивільного партнерства прес-служби військової частини та редакції «цивільної» газети в процесі виготовлення «бригадного» друкованого видання.

Варто зазначити, що в цьому проекті саме військовими та цивільними журналістами було на практиці реалізовано політичне гасло «Схід і Захід – разом!». Зокрема, крім плідної взаємодії у різних географічних векторах: «Суми – Львів», «Чернігів – Рівне»; «Рівне – Закарпаття», також формуються векторні зв'язки «Схід – Південь», адже Інформаційний бюлетень 36-ї бригади морської піхоти «Морпіх» (м. Миколаїв) готує до друку реформована редакція районної газети «Новини Сватівщини» (Луганська обл.). Друкується видання у Херсоні, а доставляється у м. Миколаїв та в райони розташування частин у зоні АТО.

На сучасному етапі залучення до створення «бригадних» (фронтових) газет медіаволонтерів і представників громадськості є однією з характерних ознак цих видань. Потрібно також з особливою приємністю відзначити, що до цього проекту активно підключилися й юні українські журналісти-патріоти. Так, учні Сумської обласної гімназії-інтернату для талановитих та творчо обдарованих дітей у січні 2018 р. розробили власний алгоритм випуску «бригадної» газети «Вісник артилериста» для 27-ї окремої реактивної артилерійської Сумської бригади.

Здійснене ними експертно-аналітичне дослідження доводить високий рівень зацікавленості військовослужбовців у власній «бригадній» газеті. Тому було запропоновано оптимізувати видання «Вісник артилериста» 27-ї окремої реактивної артилерійської Сумської бригади, що передбачає такі етапи:

1. Підготовчий (конкретизація ідеї, мети, налагодження комунікації).
2. Організаційний (узгодження з командуванням бригади, створення редакції, планування роботи редакції).
3. Проведення соціологічних досліджень для визначення потреб і побажань читацької аудиторії.
4. Теоретичний курс з основ журналістики для бригадних кореспондентів (прес-офіцерів) та редакції.
5. Техніко-видавничий супровід (створення макета, редагування й коректура).
6. Налагодження регулярного випуску газети, врегулювання фінансово-економічних питань.
7. Підтримка діяльності видання з боку редакцій, професійних журналістів тощо (заочні консультації, написання матеріалів тощо).

У січні 2018 р. проведено анонімне анкетування військовослужбовців 27-ї окремої реактивної артилерійської Сумської бригади, які регулярно від'їздять до місць проведення антитерористичної операції або ж перебувають у місцях дислокації бригади. Отримані результати представлені на діаграмі (рис. 3).



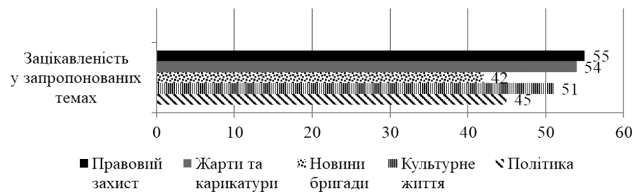


Рисунок 3.

Тематичний діапазон газети «Вісник артилериста» (по-
бажання і уподобання; кількість відповідей)

Військовослужбовці також мали нагоду висловити власні побажання щодо тематичного наповнення газети. Відповіді військових допомогли визначити цікаву для них інформацію: про новинки сучасного озброєння; новини про спортивне життя бригади, пропаганда здорового способу життя; сторінка з кросвордами, sudoku, сканвордами тощо; інформація про соціальний захист та фінансове забезпечення армії; події в районі проведення антитерористичної операції та у «сусідніх» підрозділах і бригадах.

Серед запропонованих військовослужбовцями тем були й досить несподівані, а також ті, які могли б розширити їх світогляд або допомогти адаптуватися до мирного життя після демобілізації: коротке інтерв'ю з авторитетними військовослужбовцями бригади; наукові замітки (вплив людини на навколишнє середовище тощо); життя військовослужбовця на пенсії. На основі отриманих даних було створено дизайн-макет оптимізованої газети «Вісник артилериста», який одностайно було визнано більш функціональним. У запропонованому вигляді газета значно покращить комунікацію як у межах бригади, так і з іншими військовими підрозділами, соціальними інститутами, громадськістю.

Очевидно, що за один неповний рік було досить складно охопити всіх військовослужбовців Збройних Сил України локальними «бригадними» газетами, але фактом є те, що знайдено досить дієвий механізм, який має впроваджуватись у життя й надалі.

Військові засоби масової інформації призначені для забезпечення процесу побудови збройних сил, зміцнення патріотизму та обороноздатності країни. У цих медіа є певні особливі функції, які визначили дослідники та журналісти-практики:

- виховна;
- інформативна;
- формування позитивної суспільної думки про Збройні Сили України;
- реалізація соціальних активностей (підвищення ефективності службової та культурно-побутової діяльності військовослужбовців шляхом

використання військової журналістики);

- соціально-регулятивна функція (забезпечення узгодженості дій різних соціальних груп, інститутів та окремих громадян з метою вирішення соціально значущих завдань для забезпечення та зміцнення обороноздатності держави).

Крім того, саме військові мас-медіа є джерелом отримання інформації щодо законодавчих нормативних актів, які стосуються військовослужбовців.

Динаміка створення і розвитку цих видань, зростання активності роботи прес-офіцерів у цьому секторі журналістики свідчить як про реальну потребу у військовій пресі, так і про перспективу виникнення нових локальних «бригадних» газет у найближчому майбутньому. Водночас потрібно визнати, що на сьогодні законодавчо невизначеним залишається питання щодо їх легалізації, оскільки у Законі України «Про друковані засоби масової інформації (пресу) в Україні» не передбачено жодних преференцій для таких мас-медіа. На нашу думку, це питання потребує невідкладного врегулювання, зокрема внесення відповідних змін до законодавства. Також потребує врегулювання питання належного кадрового забезпечення прес-служб військових підрозділів, вирішення проблем матеріально-технічного забезпечення тощо.

Висновки. Сучасний науковий дискурс у сфері соціальний комунікацій можна по-праву поповнити ще одним важливим періодом новітньої історії української військової журналістики, а саме «Сьомий період. Відродження української військової журналістики та локальних військових мас-медіа у період протидії російській агресії (з 2014 р.)». Саме в період протистояння військовій агресії з боку Росії, активних бойових дій на сході нашої держави було відроджено особливий сегмент друкованих засобів масової інформації – локальна «бригадна» (фронтowa) преса – як одна з складових частин українських військових мас-медіа.

Можна констатувати, що ці медіа вже увійшли в новітню історію України. У січні 2018 р. Волинський краєзнавчий музей започаткував проект «Наші захисники», невід'ємною частиною якого стали згадані нами друковані періодичні видання 14-ї окремої механізованої бригади «Волинський щит». На думку працівників музею, газета «Волинський щит» стане неодмінним помічником у популяризації бойових традицій українського війська [12].

Характерними ознаками «бригадної» преси є її оперативність і мобільність, невисокі тиражі і часто нерегулярний вихід у світ, але водночас спрямованість на забезпечення безпосередніх інформаційних потреб власної читацької аудиторії,





залучення зовнішніх ресурсів, а також створення «знизу», тобто за ініціативи самих військових.

Досвід показує, що ці видання підрозділів Збройних Сил України є надзвичайно цінним і перспективним комунікаційним ресурсом, який дає змогу задовольнити відповідні інформаційні потреби особового складу. Крім того, сучасні процеси створення і розвитку «бригадних» (фронтових) газет стали своєрідним каталізатором інших позитивних зрушень у вітчизняному інформаційному просторі – активно вибудовуються механізми військово-цивільного партнерства з реформованими друкованими комунальними засобами масової інформації, налагоджуються комунікації з журналістами з різних регіонів України, формується позитивний імідж Збройних Сил України тощо.

Перспектива подальших досліджень полягає, на нашу думку, у визначенні напрямів оптимізації та спрощенні процедури легалізації цих видань, що в свою чергу, дозволить перетворити їх на потужні осередки оперативної і доступної інформації, психологічної й правової підтримки, безпосередньої комунікації в межах військових підрозділів Збройних Сил України. Це створює гарні перспективи щодо трансформації сегмента «бригадної» (фронтової) газети, який виник як результат реагування на виклики російської військової та інформаційної агресії, в безпосередньо внутрішню газету окремого військового підрозділу (наприклад, бригади), яка успішно зможе виконувати всі функції, притаманні військовій пресі, і в мирний час.

Список літератури

1. Минобороны весной проведет финал конкурса журналистов «Медиа-Ас-2017» // ТАСС. Армия и ОПК. URL : <http://tass.ru/armiya-i-opk/3693349> (дата звернення 12.03.2018).
2. Кривошея Г. Українська військова преса: у пошуках витоків / Григорій Кривошея. – Інститут журналістики КНУ ім. Тараса Шевченка URL : <http://journlib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=1183> (дата звернення 12.03.2018).
3. Сумщина в боротьбі: біографії, історії, спогади / Р. Коваль, В. Моренець, Ю. Юзич. Бібліотека історичного клубу «Холодний Яр». Київ : Історичний клуб «Холодний Яр», 2017. 484 с.
4. Каппюк Г. Радіохвиля як... мотиватор / День. № 38-39, 2018. URL : <https://day.kyiv.ua/uk/article/media/radiohvylya-yak-motyvator> (дата звернення 12.03.2018).
5. Тацієнко Н., Левицька Н. Вплив української преси на свідомість людей у роки Великої Вітчизняної війни / Наукові здобутки молоді – вирішенню проблем харчування людства у XXI столітті. НУХТ, 2014. URL : <http://dSPACE.nuft.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/17275/1/8.pdf> (дата звернення 12.03.2018).

6. Гринівський Р. Як відродити військову журналістику? / День. 12.12.2014. URL : <https://day.kyiv.ua/uk/article/media/yak-vidrodyty-viyskovu-zhurnalistyku> (дата звернення 12.03.2018).

7. Горевалов С., Зикун Н. Військові ЗМК в інформаційному просторі України: завдання й перспективи розвитку // Вісник Львівського університету. Серія журналістика. 2013. Вип. 38. С. 250–256.

8. Лубчак В. Медіаволонтерство в час війни / День. №102-103, (2017). URL : <https://day.kyiv.ua/uk/article/media/mediavolonterstvo-v-chas-viyny> (дата звернення 12.03.2018).

9. Калініченко Н. Реформована преса – українській армії / «Білопільщина». URL : <http://sumypost.com/sumynews/obwestvo/nataliya-kalinichenko-reformovana-presa-ukrayinskij-armiyi/> (дата звернення 12.03.2018).

10. Військові 128-ї бригади створили новий інформаційний проект. URL : <https://zak.depo.ua/rus/zak/viyskovi-128-yi-brigadi-stvorili-noviy-informatsiyniy-proekt-13082016115100> (дата звернення 12.03.2018).

11. Польова преса ОК «Захід» здобула підтримку цивільних редакційних колективів! URL : <http://www.mil.gov.ua/news/2017/06/10/polova-presa-ok-zahid-zdobula-pidtrimku-civilnih-redakcijnih-kolektiviv/> (дата звернення 12.03.2018).

12. Відтепер «Волинський щит» і в обласному музеї. URL : http://volyn-museum.com.ua/news/vidteper_volinskij-shhit_i_v_oblasnomu_muzeji/2018-01-30-3734 (дата звернення 12.03.2018).

13. Преса Першого Українського фронту у роки Другої світової війни (1943–1945 рр.). URL : http://shron1.chtyvo.org.ua/Tretiak_Volodymyr/Presa_pershoho_ukrainskoho_frontu_u_roky_druhoi_svitovoi_viiny_19431945_rr.pdf (дата звернення 12.03.2018).

14. В ОК "Захід" взялись відновлювати випуск бригадних газет URL : <http://newsvideo.su/video/7077251> (дата звернення 12.03.2018)

Надійшла до редколегії 18.03.2018

Reference

1. Russia's News Agency TASS (2016), "In the spring time the Ministry of Defense will hold the final journalists' contest "Media-As-2017", available at: <http://tass.ru/armiya-i-opk/3693349>
2. Kryvosheya, H. P., "Ukrainian military press: in search of origins", Institute of Journalism, Taras Shevchenko National University of Kyiv, available at: <http://journlib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=1183>
3. Koval, R., Morenets, V. & Yuzych, Yu. (2017), "Sumy region in the struggle: biographies, stories, memoirs", Library of Historical Club "Kholodnyi Yar", Kyiv, 484 p.
4. Kappiuk, H. (2018), "Radio waves as ... motivator", Den, no. 38-39, available at: <https://day.kyiv.ua/uk/article/media/radiohvylya-yak-motyvator>



5. Tatsienko, N. & Levytska, N. (2014), "The influence of Ukrainian press on people's consciousness during the Great Patriotic War", Proceedings of the 80-th International Scientific Conference For Young Scientists, Postgraduate Students and Students "Scientific Achievements of Youth - Solving Problems of Human Nutrition in the XXI Century", Ministry of Education and Science of Ukraine, National University of Food Technologies, Kyiv, 10-11 April 2014, Kyiv, available at: <http://dspace.nuft.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/17275/1/8.pdf>
6. Grynivskiy, R. (2014), "How to revive military journalism?", Den, available at: <https://day.kyiv.ua/uk/article/media/yak-vidrodyty-viyskovu-zhurnalistyku>
7. Horevalov, S. & Zykun, N. (2013), "Military mass media in the information space of Ukraine: problems and prospects of development", Visnyk Lvivskoho Universytetu. Seriya Zhurnalistyka [Visnyk of Lviv University. Journalism Series], vol. 38, pp. 250-256.
8. Lubchak, V. (2017), "Media volunteering in terms of the war", Den, no. 102-103, available at: <https://day.kyiv.ua/uk/article/media/mediavolonterstvo-v-chas-viyny>
9. Kalinichenko, N. (2017), "Reformed press to Ukrainian army", The Sumy Post, available at: <http://sumypost.com/sumynews/obwestvo/nataliya-kalinichenko-reformovana-presaukrayinskij-armiyi/>
10. DepoZakarpattya (2016), "The militaries of the 128th brigade created a new information project", available at: <https://zak.depo.ua/eng/zak/viyskovi-128-yi-brigadi-stvorili-noviy-informatsiyniy-proekt-13082016115100>
11. Ministry of Defence of Ukraine (2017), "The field newspaper of Operational Command "West" has gained the support from civilian editorial teams!", available at: <http://www.mil.gov.ua/news/2017/06/10/polova-pres-a-ok-zahid-zdobula-pidtrimku-czivilnih-redaczijnih-kolektiviv/>
12. Museum Space of Volyn (2018), "As from now "Volynsky shield" is in the regional museum", available at: http://volyn-museum.com.ua/news/vidteper_volinskij_shhit_i_v_oblasnomu_muzeji/2018-01-30-3734
13. Tretyak, V.L. (2015), Press of the First Ukrainian Front During the Second World War (1943-1945), PhD diss. (history. scie.), Institute of World History of the National Academy of Science of Ukraine, 279 p., available at: http://shron1.chtyvo.org.ua/Tretiak_Volodymyr/Presa_pershoho_ukrainskoho_frontu_u_roky_druhoi_svitovoi_viiny_19431945_rr.pdf

Submitted 18.03.2018

Бухтатий А. Е., Шевченко А. Е., Левченко С. А.

Становление и развитие локальной «бригадной» (фронтовой) прессы Вооруженных Сил Украины как успешный пример военно-гражданского партнерства

В статье исследуются и анализируются вопросы возрождения, формирования и развития одного из важных сегментов украинской военной прессы, а именно – оперативных, локальных «бригадных» печатных изданий (информационные бюллетени, вестники) военных формирований Вооруженных Сил Украины. На примере деятельности Оперативного командования «Запад», во всех бригадных подразделениях которого на протяжении 2015-2018 годов в процессе военно-гражданского партнерства с реформированными печатными средствами массовой информации местной сферы распространения было основано и налажено деятельность локальных «бригадных» (фронтовых) печатных средств массовой информации. Приведены результаты экспертного опроса военнослужащих и предложена контентно-информационная структура этих изданий. На основе обработки нормативно-правовых аспектов деятельности этих печатных изданий и с учетом практических результатов сформулированы предложения по внесению изменений в законодательство о прессе с целью упрощения процессов легализации (регистрации) и обеспечения их надлежащего функционирования после завершения антитеррористической операции.

Ключевые слова: пресса; пресс-офицер; «бригадная» (фронтовая) газета; редакция реформированного средства массовой информации; военно-гражданское партнерство

