

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЖИТОМИРСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ ІВАНА ФРАНКА
Навчально-науковий інститут філології та журналістики
Кафедра журналістики, реклами та PR

Реєстраційний № _____

Дата здачі _____

**РОБОТА ПРЕС-СЛУЖБ У СТРУКТУРАХ БЕЗПЕКИ І
ОБОРОНИ УКРАЇНИ**

**Кваліфікаційна (дипломна) робота
здобувача вищої освіти
другого (магістерського) рівня вищої
освіти
спеціальності « 061 Журналістика»
освітньої програми «Журналістика.
Медіакомунікації»
21 Мд-Журн групи
Райковського Олександра Вікторовича**

Науковий керівник:
доцент кафедри журналістики,
реклами та PR, кандидат філологічних
наук
Башманівський Валерій Іванович

Рекомендована до захисту

рішенням кафедри журналістики, реклами та PR

Протокол № _____ від «__» _____ 20__ р

Завкафедри _____ Валерій БАШМАНІВСЬКИЙ

(підпис)

(ПІБ)

Житомир – 2022

Дата захисту _____

Результати захисту

Оцінка за національною шкалою	Кількість балів за 100 бальною шкалою	ECTS

Голова ЕК _____
(підпис) (ПІБ)

Члени комісії _____
(підпис) (ПІБ)

(підпис) (ПІБ)

(підпис) (ПІБ)

(підпис) (ПІБ)

Секретар ЕК _____
(підпис) (ПІБ)

ЗМІСТ

ВСТУП	4
РОЗДІЛ I. ІСТОРИЧНО-ЗАКОНОДАВЧИЙ АСПЕКТ СТВОРЕННЯ ТА ДІЯЛЬНОСТІ ПРЕС-СЛУЖБ В ЗБРОЙНИХ СИЛАХ УКРАЇНИ	7
1.1. Дослідження історії розвитку прес-служб в Україні і Збройних Силах України.....	7
1.2. Створення та завдання роботи прес-служби Міноборони України.....	14
1.3. Методи роботи та зв'язку прес-служби зі ЗМІ.....	16
1.4. Законодавство України у сфері медіа	29
Висновки до розділу 1	37
РОЗДІЛ II. ПРЕС-СЛУЖБИ ЗБРОЙНИХ СИЛ УКРАЇНИ У СУЧАСНИХ КОМУНІКАЦІЙНИХ УМОВАХ	39
2.1. Структура та організація роботи прес-служб в Збройних Силах України ..	39
2.2. Сучасні комунікаційні технології та програмне забезпечення	41
2.3. Використання соціальних мереж у роботі прес-служб ЗС України	48
Висновки до розділу 2	51
РОЗДІЛ III. СВІТОВИЙ ДОСВІД РОБОТИ АРМІЙСЬКИХ ПРЕС-СЛУЖБ	53
3.1. Досвід організації військових зв'язків з громадськістю в збройних силах провідних держава країн членів НАТО	53
3.2. Організація військових зв'язків з громадськістю в армії Сполучених Штатів Америки.....	556
Висновки до розділу 3.....	51
РОЗДІЛ IV. РОБОТА ПРЕС-ОФІЦЕРА. ПРАКТИЧНА ЧАСТИНА	60
4.1. Обов'язки та права прес офіцера	60
4.2. Робота прес-служби підрозділу ЗСУ на прикладі Житомирського військового інституту імені С.П. Корольова.....	62
4.3. Практичні рекомендації щодо вдосконалення роботи прес-служб військових підрозділів і закладів вищої освіти МО України	65
Висновки до розділу 4.....	73
ВИСНОВКИ	74
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ ТА ЛІТЕРАТУРИ	76

ВСТУП

Кожна цивілізована країна у сучасному світі намагається підтримувати прагнення суспільства до отримання громадянами достовірної інформації. Під час становлення України, як держави постало питання існування громадянського суспільства, одним із складових якого стала свобода слова. Перед органами державного управління, місцевого самоврядування, організаціями та підприємствами постало питання раніше маловідомого завдання – створення власного позитивного іміджу. Тому в цих структурах на початку 1990-х років розпочався етап формування нових підрозділів – управлінь по зв'язкам із громадськістю чи прес-служб. Найскладніше та найдовше цей процес проходив у Збройних Силах України, що було пов'язано із військовою специфікою, особливістю створення, проходження та схвалення інформації у армійському середовищі, своєрідності підходів до оприлюднення новин про армію серед армійського керівництва.

Актуальність теми дослідження. Попри майже тридцятилітню історію прес-служб в Збройних Силах України існує чимало особливостей роботи, структурування та безпосередніх функцій, що обумовлює необхідність аналізу та більш детального вивчення. У всіх підрозділах Збройних Сил за прикладом іноземних армій створено прес-служби та військові медіа. За стандартами бригади мають одного-двох прес-офіцерів. Проте цей процес перебуває нині на етапі становлення і потребує детального дослідження. Водночас, в умовах інформаційного протистояння з російською Федерацією, надзвичайно важливою є робота з інформування цільової аудиторії правдивою інформацією про життя української армії та закріпленню того позитивного іміджу, який мають на сьогодні ЗС України. В зв'язку з цією ситуацією нині істотно зросла роль публічності.

Публічність забезпечується діяльністю прес-служб та медіа (*газети, радіо, телебачення, інформаційні сайти та соціальні мережі*).

Водночас актуальним є вивчення особливості взаємовідносин прес-службовців та журналістів. Що необхідно зробити прес-службовцям аби привернути увагу інформаційних редакцій засобів масової інформації?

Метадослідження – аналіз прес-службової діяльності Збройних Сил України та їх взаємовідносин зі ЗМІ.

Завданнями дослідження є:

- дослідити історію створення прес-служб ЗС України;
- дослідити особливості співпраці військових прес-служб та цивільних медіа;
- проаналізувати структуру та діяльність військових прес-служб;
- вивчити особливості роботи прес-служб ЗС України;
- надати рекомендації для покращення діяльності військових прес-служб.

Об'єкт дослідження – становлення та розвиток прес-служб Збройних Сил України, їх структура, функції та особливості роботи.

Предмет дослідження – робота прес-служби Житомирського військового інституту імені С.П. Корольова.

Методи дослідження. В роботі будуть застосовані певні методи досліджень.

Загальнонаукові методи:

Традиційний аналіз – для інтерпретації та тлумачення змісту використаних джерел інформації, перетворення первісної форми цієї інформації в необхідну дослідницьку форму.

Дедукція – для переходу від знання загальних тенденцій та закономірностей розвитку прес-служби в Збройних Силах України до такого окремого їх прояву як прес-служба Житомирського військового інституту імені С.П. Корольова

Узагальнення – для кінцевих висновків на основі дедуктивних міркувань

Порівняння – пізнавальна операція, що використовується в основі висновків щодо схожості або ж і відмінності об'єктів.

Опис – пізнавальний метод, що являє собою фіксацію результатів дослідження (експерименту або спостереження) за допомогою певних систем позначень, що прийняті в наукових дослідженнях.

Теоретичні методи:

Історичний – для опрацювання даних про особливості комунікації фахівців прес-центрів із журналістами.

Емпіричні методи:

Спостереження – для опрацювання первинних даних об'єкта.

Опис - пізнавальна операція, що полягає у фіксуванні результатів дослідження за допомогою певних систем позначень, що прийняті у науці.

Конкретно наукові:

Логічний метод – для усунення суперечностей, спричинених порушенням норм логіки, у процесі написання роботи та при викладі результатів дослідження.

Наукова новизна:

- проаналізовано методи роботи прес-служб Збройних Сил України та їх зв'язок з цивільними медіа;
- проаналізовано сучасні комунікаційні технології та програмне забезпечення, яке необхідне для роботи військової прес-служби;
- вивчено та проаналізовано роботу прес-служби Житомирського військового інституту імені С.П. Корольова

Практичне значення дослідження. Матеріали дослідження можуть бути використані для покращення роботи прес-служби у Збройних Силах України. Матеріали дослідження, зокрема практичні рекомендації, можуть бути використані як методичний порадище для початкуючого прес-офіцера.

Структура роботи: робота складається зі вступу, чотирьох розділів, висновків. Список літератури налічує 54 джерела. Загальний обсяг роботи – 81 сторінка.

ВИСНОВКИ

В українській комунікативістиці практично не вивчається тема роботи прес-служб, зокрема військових. Відтак, практиків, які могли б виступати водночас й теоретиками, не багато. Попри значну кількість навчальних закладів, які в останні два десятиліття готують журналістів, кількість фахівців з відповідною кваліфікацією у прес-службах Збройних Сил України й досі недостатня. Більше того, підготовкою військових журналістів та прес-офіцерів займаються в Україні лише в одному ЗВО.

Основним завданням військової прес-служби у сучасному середовищі є створення привабливого образу армії, підвищення її рейтингу, довіри до неї, турбота про гідну репутацію і позитивний імідж. Для цього фахівці прес-центрів налагоджують зв'язок із засобами масової інформації та широкою громадськістю, готують інформацію для її подальшого поширення, спілкуються з журналістами та вирішують всі питання, пов'язані з репутаційною складовою будь-якої організації.

Під час виконання нашої наукової роботи проведено аналіз прес-службової діяльності Збройних Сил України та їх взаємовідносин зі ЗМІ. А також досліджено та проаналізовано історію і сьогодення прес-служб Збройних Сил України, зокрема прес-службу Житомирського військового інституту імені С.П. Корольова. В результаті ознайомлення з теорією роботи прес-служби, ми зазначаємо, що до кожної конкретної ситуації прес-офіцер має знаходити індивідуальну форму роботи, адже досягнення прес-служби зазвичай залежать від вдаливих керівних рішень, від особистих зв'язків і контактів її керівника. В професійному журналістському середовищі надзвичайну вагу мають стосунки між колегами, які довіряють одне одному та цінують співпрацю.

Прес-служба військового ЗВО є носієм офіційної інформації не лише державної установи, а й держави в цілому. Саме тому, на нашу думку, ця діяльність потребує додаткового вивчення та удосконалення.

Окремо зазначимо, що дослідження співпраці прес-офіцерів та цивільних журналістів є надзвичайно актуальною. Дослідження цієї теми для фахівців є

важливим і має допомогти зрозуміти алгоритм дій, аби привернути увагу редакцій цивільних медіа та користуватися популярністю на інформаційному ринку.

Життя показало, зокрема російсько-українська війна, що сучасний прес-офіцер має бути мультифункціональним журналістом, тобто не тільки писати хороші матеріали про свою підрозділ чи військову частину, мати хороші стосунки з цивільними медіа, робити якісні та цікаві прес-релізи, самостійно знімати фото- та відеоматеріали, бути представленим та вільно почувати себе у різних соціальних мережах, але й володіти на достатньому рівні програмним забезпеченням, яке використовується при створенні інформаційних матеріалів – Microsoft Word, Microsoft Excel, Adobe Premier Pro, Photoshop та інші програми для обробки тексту, звуку та відео.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ ТА ЛІТЕРАТУРИ

1. Мех О. В. Служби зі зв'язків з громадськістю в державних органах влади. 2017. URL: <http://journalib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=1913>
2. Положення про прес-службу Президента України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/48/2005-%D1%80%D0%BF#Text>
3. Семак Б. Б., Басій Н. Ф., Бойчук І. В. Роль прес-служб в організації роботи органів державної влади. Вісник Львівського торговельно-економічного університету. Львів, 2018. С.72-74.
4. Доктрина публічного спілкування. URL: https://www.mil.gov.ua/content/standarts/doktryna_pyblyck_spilk_20200919.pdf
5. Лисенко О. М., Паламарчук І. В. Настільна книга прес-секретаря. Методичні рекомендації. // м. Київ Прецедент 2017. С. 48.
6. Ільницька У. В. Інститут Паблік рилейшнз (PR) Збройних сил України: особливості становлення та функціонування в демократичній державі. Науково-методичні праці: наук.-метод. журнал. Т. 40. Вип. 27. Політичні науки. Миколаїв: Вид-во МДГУ ім. П. Могили, 2005. С. 55–61.
7. Конституція України. Закон від 28.06.1996 № 254к/96-ВР. Відомості Верховної Ради України (ВВР). 1996. № 30. С. 141.
8. Грушевський Д.О. Спеціальні інформаційні операції та інформаційні війни в сучасному світі: (Досвід Афганістану). Акт. проблеми міжнар. відносин. 2001. Вип. 28. Ч 1. С. 277-289.
9. Закон України «Про порядок висвітлення діяльності органів державної влади та органів місцевого самоврядування в Україні засобами масової інформації». URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/539/97-%D0%B2%D1%80>
10. Закон України «Про державну таємницю». URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/3855-12#Text>
11. Закон України «Про Національний архівний фонд і архівні установи». URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/3814-12#Text>
12. Закон України «Про запобігання корупції». URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1700-18#Text>

13. Закон України «Про звернення громадян». URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/393/96-%D0%B2%D1%80#Text>
14. Закон України «Про інформацію». URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2657-12>
15. Закон України «Продоступдопублічноїінформації». URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2939-17>
16. Закон України «Про державну підтримку засобів масової інформації та соціальний захист журналістів». URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/540/97-%D0%B2%D1%80#Text>
17. Наказ МО від 08.02.2022 № 36 «Про затвердження Інструкції про порядок допуску журналістів, працівників засобів масової інформації на об'єкти Міністерства оборони України та Збройних Сил України». URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0445-22#n7>
18. Методологія в роботі ЗМІ URL: <https://dovidnykmpz.info/wp-content/uploads/2021/09/>
19. Борисов Б. Л. Тонка лінія між пропагандою і ПР. *Маркетинг в Україні*. 2006. № 5. С. 61-64.
20. Про затвердження Положення про Управління комунікацій та преси Міністерства оборони України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/v0117322-15#Text>
21. Даниленко С. І. Прес-служба: основи організації та діяльності. К., 2006. С. 224.
22. СуїніКевін. Порадник прес-секретаря. К., 1995. С. 384.
23. Дерев'янка А.Г. Інформаційні центри: структура і методи діяльності. Навчальний посібник. К., 1999. С. 122.
24. Зернецька О.В. Глобальний розвиток систем масової комунікації і міжнародних відносин. К., 1999. С. 146.
25. Методологія моніторингу професійних стандартів журналістики. Інститут масової інформації 1996–2019. URL: <https://imi.org.ua/monitorings/metodolohiia-monitorynhu-profesiynykh-standartiv-zhurnalistyky-i28318>

26. Метод спостереження. Українські підручники онлайн. URL: <http://textbooks.net.ua/content/view/105/11/>
27. Месенджери. URL: <https://seo-marketing.com.ua/top-10-naibilsh-populiarnykh-mesendzheriv-ukrainy-ta-svitu/>
28. Що таке НАТО і для чого його створили? URL: <https://www.dw.com/uk/shcho-take-nato-i-dlia-choho-yoho-stvoryly/a-60710869>
29. Що таке НАТО. URL: https://www.nato.int/nato-welcome/index_uk.html
30. Шейко В. М., Кушнарєнко Н. М. Організація та методика науково-дослідницької діяльності: [підручник]. Київ: Знання-Прес, 2003. С. 295.
31. Цехмістров Г. С. Основи наукових досліджень: навчальний посібник. К.: ВД «Слово», 2004. С. 240.
32. Кустовська О. В. Методологія системного підходу та наукових досліджень: Курс лекцій. Тернопіль: Економічна думка, 2005. С. 124.
33. Данилов В. Особливості формування іміджу Збройних Сил України. URL: https://ipiend.gov.ua/wp-content/uploads/2018/08/danylov_osoblyvosti.pdf
34. Метод спостереження. Українські підручники онлайн. URL: <http://textbooks.net.ua/content/view/105/11/>
35. Доктрина публічного спілкування. URL: https://www.mil.gov.ua/content/standarts/doktryna_pyblick_spilk_20200919.pdf
36. Facebook. Сторінка Житомирського військового інституту ім. С. П. Корольова. URL: <https://www.facebook.com/zvir.zt.ua/>
37. Військова історія. URL: <https://www.mil.gov.ua/ministry/istoriya.html>
38. Instagram. Сторінка ЖВІ. URL: <https://www.instagram.com/zvi.media/>
39. ТікТок. Сторінка ЖВІ. URL: <https://www.tiktok.com/@zvi.media1/>
40. YouTube. Сторінка ЖВІ. URL: <https://www.youtube.com/@user-vu5nz6tp3b/featured>
41. Куцька О. М. Психологічні операції: військово-законодавча база США після Другої світової війни. Військово-науковий вісник. Вип. 5. Львів: ЛВІ, 2002. С. 110–119.

42. Про Концепцію оборони та будівництва Збройних Сил України. URL: <https://web.archive.org/web/20211110094814/https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1659-12#Text>

43. Історія Фейсбуку: як розвивалася соціальна мережа. URL: <https://uk.binaroption.com/stati/649-istoriya-fejsbuka-kak-razvivalas-sotsialnaya-set>

44. Найпопулярніші соціальні мережі в Україні та світі. URL: Режим доступу. <https://uaspectr.com/2020/06/23/najpopulyarnishi-sotsialni-merezhi-v-ukrayini-ta-krayinah-svitu-2020/>

45. Український Facebook. URL: <https://www.facebook.com/UkrayinskiyFeysbuk/>

46. Військове телебачення України. YouTube. URL: <https://www.youtube.com/channel/UCWRZ7gEgbry5FI2-46EX3jA>

47. Роналду заробив в 1.5 разів більше за Мессі в Instagram. URL: <https://sport.ua/uk/news/490742-foto-ronaldu-zarabotal-v-15-raza-bolshe-messi-v-instagram>

48. Facebook відстежує до 52% сторінок в інтернеті. URL: <https://focus.ua/uk/digital/523123-facebook-i-drugie-socseti-otslezhivayut-do-52-stranic-v-internete-issledovanie>

49. SiklosR. Breaking Up Is Easy to Do at Liberty//NewYorkTimes. 2006. April, 22. URL: <https://www.nytimes.com/issue/todayspaper/2020/04/22/todays-new-york-times>

50. Політичні механізми формування громадянської ідентичності в сучасному українському суспільстві. Колективна монографія. К.: ІПіЕНД ім. І. Ф. Кураса НАН України, 2014. С. 296.

51. Adobe Premiere Pro – професійний відео редактор. URL: <https://www.adobe.com/ua/products/premiere.html>

52. Photoshop – професійний відео редактор. URL: <https://www.adobe.com/ua/products/photoshop.html>

53. Слісаренко І. Ю. Паблік – рилейшенз у системі комунікацій та управління: Навчальний посібник. К.: МАУП, 2001. С. 99 – 101.

54. Порядок оформлення прес-карт представниками ЗМІ щодо висвітлення діяльності Об'єднаних сил. URL: <https://www.mil.gov.ua/dlya-zmi/ato-press.html>

АНОТАЦІЯ

Актуальність теми дослідження. Водночас актуальним є вивчення особливості взаємовідносин прес-службовців та журналістів. Що необхідно зробити прес-службовцям аби привернути увагу інформаційних редакцій засобів масової інформації? Мета дослідження – аналіз прес-службової діяльності Збройних Сил України та їх взаємовідносин зі ЗМІ. Завданнями дослідження є: дослідити історію створення прес-служб ЗС України; дослідити особливості співпраці військових прес-служб та цивільних медіа; проаналізувати структуру та діяльність військових прес-служб; вивчити особливості роботи прес-служб ЗС України; надати рекомендації для покращення діяльності військових прес-служб. Об'єкт дослідження – становлення та розвиток прес-служб Збройних Сил України, їх структура, функції та особливості роботи. Предмет дослідження – робота прес-служби Житомирського військового інституту імені С.П. Корольова. Наукова новизна: - проаналізовано методи роботи прес-служб Збройних Сил України та їх зв'язок з цивільними медіа; - проаналізовано сучасні комунікаційні технології та програмне забезпечення, яке необхідне для роботи військової прес-служби; - вивчено та проаналізовано роботу прес-служби Житомирського військового інституту імені С.П. Корольова. Практичне значення дослідження. Матеріали дослідження можуть бути використані для покращення роботи прес-служби у Збройних Силах України. Матеріали дослідження, зокрема практичні рекомендації, можуть бути використані як методичний порадник для початкуючого прес-офіцера. Структура роботи: робота складається зі вступу, чотирьох розділів, висновків. Список літератури налічує 54 джерела. Загальний обсяг роботи – 81 сторінка.

ABSTRACT

Relevance of the research topic. At the same time, it is relevant to study the specifics of the relationship between press officers and journalists. What should press officers do in order to attract the attention of newsrooms of the mass media? The purpose of the research is to analyze the press service activities of the Armed Forces of Ukraine and their relationship with the mass media. The tasks of the study are: to investigate the history of the press services of the Armed Forces of Ukraine; to investigate the specifics of cooperation between military press services and civilian media; analyze the structure and activity of military press services; to study the peculiarities of the press services of the Armed Forces of Ukraine; provide recommendations for improving the activities of military press services. The object of the study is the formation and development of the press services of the Armed Forces of Ukraine, their structure, functions and peculiarities of work. The subject of the study is the work of the press service of the Zhytomyr Military Institute named after S.P. Korolev Scientific novelty: - the methods of press services of the Armed Forces of Ukraine and their connection with civilian media were analyzed; - modern communication technologies and software necessary for the work of the military press service were analyzed; - studied and analyzed the work of the press service of the Zhytomyr Military Institute named after S.P. Korolev Practical significance of the research. Research materials can be used to improve the work of the press service in the Armed Forces of Ukraine. Research materials, in particular practical recommendations, can be used as a methodical advisor for a beginning press officer. Structure of the work: the work consists of an introduction, four chapters, and conclusions. The bibliography includes 54 sources. The total volume of work is 81 pages.