

УДК 355. 451 : 316. 774 (045)

МІСЦЕ ВІЙСЬКОВИХ МЕДІА СЕРЕД ДЖЕРЕЛ ІНФОРМАЦІЇ ДЛЯ ВІЙСЬКОВОСЛУЖБОВЦІВ ЗС УКРАЇНИ

ПРАУТА Максим,

ад'юнкт (штатний),

Військовий інститут Київського національного університету імені Тараса Шевченка, вул. Михайла Ломоносова, 81, Київ, 03680, e-mail: maxproud@gmail.com.

В умовах зовнішньої агресії проти України особливої актуальності набуло питання, що стосується споживання інформації українськими військовослужбовцями, передусім із державних засобів масової інформації, засновником яких є Міністерство оборони України. Мета статті – визначити місце військових медіа серед джерел офіційної інформації для військовослужбовців, а також ступінь потреби в спеціалізованих медіа Міністерства оборони та Збройних сил України. Анкетне опитування військовослужбовців підрозділу однієї з частин Корпусу морської піхоти Військово-морських сил ЗС України показало, що провідну роль в інформуванні особового складу відіграє внутрішньокommунікаційна робота. Військові медіа як джерело інформації використовують близько 40% військовослужбовців. Найбільш звичним джерелом інформації серед особового складу є інтернет. Усі військові медіа, з яких опитані отримують інформацію, представлені в мережі «Інтернет». Результати анкетного опитування свідчать про необхідність структурної та функціональної трансформації наявної системи військових медіа.

Ключові слова: Міністерство оборони України, Збройні сили України, джерело інформації, військові медіа, інтернет, соціальні мережі.

THE PLACE OF MILITARY MEDIA AMONG THE SOURCES OF INFORMATION FOR SERVICEMEN OF THE ARMED FORCES OF UKRAINE

In the conditions of the external aggression against Ukraine, the issue of information consumption by Ukrainian servicemen became especially relevant, primarily from the state media, the founder of which is the Ministry of Defense of Ukraine. The purpose of the article is to determine the place of military media among the sources of official information for servicemen, as well as the degree of need in specialized media of the Ministry of Defense and the Armed Forces of Ukraine. Questionnaire survey of servicemen of one of the units of the Marine Corps of the Naval Forces of the Armed Forces of Ukraine showed that the leading role in informing personnel is played by internal communications. About 40% of servicemen use military media as source of information. The most common source of information for military personnel is the Internet. All military media from which respondents receive information are presented on the Internet. The results of the questionnaire argue the need for structural and functional transformation of the existing system of military media.

Key words: Ministry of Defense of Ukraine, Armed Forces of Ukraine, source of information, military media, Internet, social networks.

Вступ. Засоби масової інформації, засновником яких є Міністерство оборони України, із часу набуття нашою державою незалежності використовувалися передусім як джерело офіційної інформації для військовослужбовців Збройних сил України. Свою діяльність у цьому контексті система державних військових ЗМІ (3 військові газети та 1 журнал, 2 телерадіостудії) продовжила й під час виконання армією завдань із відсічі та стримування російської агресії на Сході України в межах операції Об'єднаних сил (із 14 квітня 2014 р. до 30 квітня 2018 р. – Антитерористичної операції). В особливий період паралельно розпочалася трансформація систе-

ми комунікації в Міністерстві оборони (надалі – МО) та ЗС (надалі – ЗС) України. Так, МО починає розбудову системи стратегічних комунікацій [1], а ЗС – системи зв’язків із громадськістю (пресслужб) [2].

У 2016 р. започатковано мовлення військового радіо в FM-діапазоні, активізовано наявність військового телебачення на відеохостингу Youtube, у 2018–2019 рр. ліквідовано офіційні друковані військові ЗМІ й створено спеціалізований суб’єкт інформаційної діяльності – інформаційне агентство АрміяInform. А з 2020 р. в умовах карантинних обмежень, пов’язаних із пандемією COVID-19, відбулося посилення інтернет-складової комунікації: окрім офіційного сайту МО України, було створено офіційний сайт ЗС України [3], також додано в соціальних мережах офіційні сторінки низки органів військового управління.

На сьогодні в Україні проведено низку досліджень на тему ставлення населення до засобів масової інформації та споживання різних типів медіа. Зокрема, заслуговують на увагу щорічні дослідження цього питання, проведені соціологічною компанією InMind на замовлення міжнародної організації Internews у межах проекту «Медійна програма в Україні» за фінансової підтримки Агентства США з міжнародного розвитку (USAID) [4]. Незважаючи на збройний конфлікт, упродовж 2015–2021 рр. військові ЗМІ не досягли високого рівня споживання в загальнонаціональному медіапросторі [5]. Актуальним вбачається дослідити місце військових медіа серед джерел інформації для військовослужбовців ЗС України.

У контексті статті варто зазначити напрацювання з історії військової журналістики й військових ЗМІ таких науковців, як С. Горевалов, Н. Зикун, Г. Кривошея, О. Мукомела, О. Покотило, О. Позняков, С. Сегеда [6–12]. Останніми роками мають подальший розвиток дослідження у сфері сучасних військових преси, телебачення й радіомовлення. Так, Н. Підмогильна здійснила спробу дослідити змістовні та іміджеві особливості вітчизняних друкованих військових ЗМІ з часу початку конфлікту на Сході України [13], М. Праута вивчав специфіку діяльності друкованих медіа МО України в умовах зовнішньої агресії у 2014–2020 рр. [14], С. Камінський розкрив особливості роботи в цей же період Центральної телерадіостудії Міністерства оборони України [15]. Цікавими є праці Д. Олтаржевського щодо місця й ролі в новітньому інформаційному соціумі корпоративних медіа як специфічної медійної системи, яка функціонує паралельно з традиційними ЗМІ [16]. Адже відомчі військові медіа за певними ознаками можуть бути віднесені до корпоративних медіа МО та ЗС України, хоча й мають власні унікальні типологічні особливості, як-то спеціальні функції і цільові аудиторії.

Наукова новизна полягає в тому, що сучасні українські військові медіа вперше були розглянуті як джерело отримання інформації для військовослужбовців ЗС України. Набуло подальшого розвитку дослідження стратегічних комунікацій, а саме джерел отримання офіційної інформації.

Мета статті – визначити місце військових медіа серед джерел офіційної інформації для військовослужбовців, а також ступінь потреби в спеціалізованих медіа Міністерства оборони та ЗС України.

Цьому підпорядковані такі *завдання*: уточнити, з яких джерел інформації військовослужбовці найчастіше дізнаються новини про стан справ у військовій частині (командуванні, виді або роді військ), де проходять службу; з’ясувати найбільш зручний формат для ознайомлення особового складу з новинами про ЗС України; виявити джерела інформації, які користуються найбільшою довірою у військовослужбовців; розкрити потребу військовослужбовців у спеціалізованих медіа Міністерства оборони та ЗС України як джерел офіційної інформації.

Об’єкт дослідження – медіа Міноборони та ЗС України. Предмет дослідження – місце військових медіа серед джерел офіційної інформації та ступінь потреби в спеціалізованих медіа МО та ЗС України.

Методи дослідження. У статті використані методи аналізу та систематизації даних (після проведеного анкетного опитування військовослужбовців). Під час дескриптивної стадії проведено інвентаризацію отриманого матеріалу та його систематизацію за допомогою механізмів Google-форм. Для швидкого ознайомлення сторонніх користувачів використано метод табличного й графічного відображення даних. Факторний метод дозволив вивчити вплив окремих факторів на результативні показники джерел інформації. Порівняльний метод застосовано під час співставлення результатів досліджень, а також оцінки джерел інформації, що дозволило продемонструвати їх спільні й відмінні ознаки і властивості.

Відповідно до поставленої мети застосовано такий опитувальний метод, як групове анкетне опитування з використанням закритих, напівзакритих та альтернативних запитань. Письмове опитування проведено серед особового складу однієї з військових частин Корпусу морської піхоти Військово-морських сил ЗС України в період 18–19 жовтня 2021 р. Зазначений підрозділ є типовим для ЗС, отримані результати можна використовувати як певні індикативні показники в контексті тематики статті. Вибірка не є на 100 % репрезентативною для ЗС України за показником «вид (рід) військ».

В анкетному опитуванні взяли участь військовослужбовці конкретного підрозділу, більшість з яких за кілька днів до цього повернулася до місця постійної дислокації з району проведення операції Об'єднаних сил.

Загальна кількість респондентів – 89, усі вони в добровільному порядку (за контрактом) або за призовом проходять службу в ЗС України на різних військових посадах у різних військових званнях. У вибірці – представники обох статей, вікова категорія від 18 до 60 років.

Четверта частина з опитаних – військовослужбовці-жінки. Це в цілому відповідає процентному показнику кількості жінок до загальної чисельності військовослужбовців ЗС України станом на жовтень 2021 р. [17].

Вікове представлення: від 18 до 25 років – майже 44% опитаних (1 офіцер, по 7 військовослужбовців за контрактом рядового й сержантського (старшинського) складу, 24 – військовослужбовці строкової служби); від 25 до 35 років – близько 26% (8 офіцерів, 10 військовослужбовців за контрактом рядового складу й 3 військовослужбовці за контрактом сержантського (старшинського) складу, 2 строковики); від 35 до 45 років – 22,5 % (7 офіцерів, 10 військовослужбовців за контрактом рядового складу й 3 військовослужбовці за контрактом сержантського (старшинського) складу); понад 45 років – близько 8 % (1 офіцер, по 3 військовослужбовці за контрактом рядового й сержантського (старшинського) складу).

Найбільше серед опитаних – військовослужбовці за контрактом рядового складу (близько 34 %), строковиків трохи більше ніж 29 %, офіцерів та сержантів – майже порівну (19 % і 18 % відповідно).

Близько 62 % опитаних мають досвід участі в операції Об'єднаних сил/Антитерористичної операції.

Результати проведеного опитування порівняно з соціологічними дослідженнями, проведеними на замовлення ГО «Детектор Медіа» в лютому 2019 р. Київським міжнародним інститутом соціології та в серпні 2020 р. Фондом «Демократичні ініціативи імені Ілька Кучеріва» спільно із соціологічною службою Центру Разумкова [18], а також двома опитуваннями, проведеними інформаційним агентством АрміяInform у грудні 2019 р. [19] та у липні 2021 р. [20].

Результати й обговорення. Під час відповідей на запропоновані запитання опитовані могли обрати кілька варіантів. Респондентам було поставлено запитання щодо *найбільш відомих їм відомчих джерел інформації про ЗС України загалом та свою військову частину зокрема*. Найчастіше респонденти називали сайт МО України (57,3%), сторінку власної військової частини у facebook (48,3%), а також військове радіо «Армія FM» (39,3%) й офіційний сайт ЗС України (37,1%).

Найменше опитані військовослужбовці знають про програми виробництва Центральної телерадіостудії МО України на загальнонаціональних телеканалах (4,5 %) та друкований інформаційний бюлетень «Українська панорама плюс» від інформаційного агентства АрміяInform (3,4 %).

Водночас серед джерел інформації, з яких найчастіше дізнаються новини про ЗС України, опитані назвали:

1. Командирське інформування (58,4 %) – вид внутрішньокомунікативної роботи посадових осіб органів військового управління, командирів (начальників), який реалізується під час підготовки й виконання завдань за призначенням через спілкування (групове, індивідуальне) з особовим складом із метою формування необхідних національно-ідейних переконань, підтримання та відновлення його морально-психологічного стану [21].

2. Соціальні мережі й тематичні youtube-канали (51,7 %).

3. Загальнонаціональні телеканали (40,4 %).

4. Українські інтернет-ЗМІ (27 %).

5. Родичі, друзі, колеги по службі (23,6 %).

Якщо не брати до уваги специфічне «командирське інформування», щодо структури джерел інформації для українців, зважаючи на середній вік опитаних, такі результати є майже аналогічними результатам загальнонаціональних досліджень Київського міжнародного інституту соціології, Фонду «Демократичні ініціативи імені Ілька Кучеріва» та соціологічної служби Центру Разумкова [22].

Отримані результати частково корелюються з висновками опитування агентства АрміяInform у грудні 2019 р., згідно з яким «Майже 70 % опитаних військовослужбовців щодня відвідують соціальні мережі ... Переважна більшість з них використовує соціальні мережі як спосіб отримання інформації про події у світі, Україні, армії (65,9%)» [23], а також за окремими показниками – з результатами опитування проведеного інформаційним агентством АрміяInform у липні 2021 р., за яким «найчастіше новини про стан справ в армії українці дізнаються з соціальних мереж – 52%. Другу сходинку посідають Інтернет-ЗМІ – 23 %, третю – командирське інформування – 7 %» [24].

На запитання «З яких джерел інформації Ви найчастіше дізнаєтеся новини про стан справ у військовій частині (командуванні, виді або роді військ), де проходить службу?» опитані військовослужбовці відповіли так:

1. Командирське інформування (60 %);

2. Соціальні мережі (26 %);

3. Родичі, друзі, колеги по службі (26 %).

Згідно з результатами опитування, сюжети виробництва Центральної телерадіостудії і Телерадіостудії «Бриз» МО України, розміщені на сторінці «Військове телебачення України» в youtube, цікавлять майже стільки ж глядачів (15 %), як і сюжети в ефірі загальнонаціональних телеканалів (17 %). Військове радіо «Армія FM» та сайт інформаційного агентства АрміяInform як джерела інформації для військових є аутсайдерами, програючи, зокрема, офіційним сайтам МО та ЗС (рис. 1).

Серед опитаних отримують інформацію від військових медіа 36 респондентів (40%). Найчастіше особовий склад використовує для отримання новин соціальні мережі (23 особи) й телебачення (13 осіб). 9 військовослужбовців вказали як джерело інформації офіційні сайти, по 3 – сайт інформагентства АрміяInform і військове радіо «Армія FM».

Найбільш зручним форматом для ознайомлення особового складу з новинами про ЗС України під час перебування як в пункті постійної дислокації, так і в районі виконання завдань (навчань, злагодження тощо) респонденти назвали командирське інформування та перегляд новин в інтернеті, що відображено в таблиці 1.

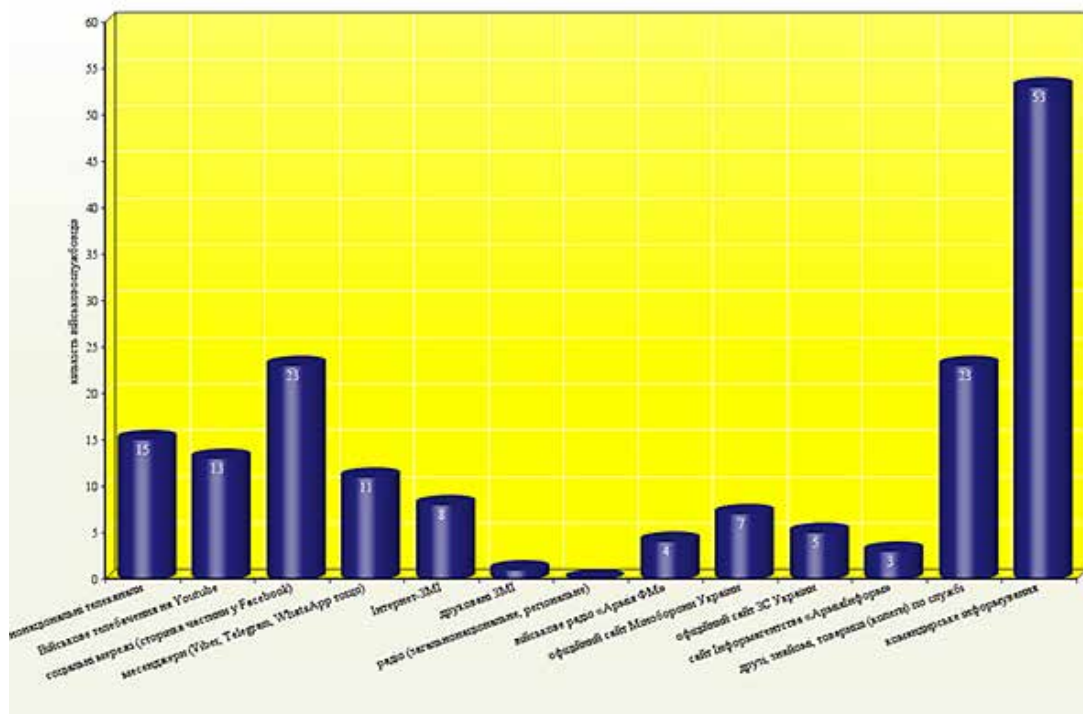


Рисунок 1. Джерела інформації, з яких військовослужбовці найчастіше дізнаються новини про стан справ у військовій частині (командуванні, виді або роді військ), де проходять службу

Таблиця 1. Формати для ознайомлення особового складу з новинами про ЗС України

№ з/п	Формат ознайомлення з новинами	У пункті постійної дислокації, (%)	У районі виконання завдань, (%)
1	Командирське інформування	60,5	75,6
2	Перегляд новин в інтернеті	47,7	30,2
3	Перегляд новин загальнонаціональних телеканалів у підрозділі	24,4	19,8
4	Перегляд газети (журналу) з військової тематики	11,6	12,8

Щодо джерел інформації, які користуються найбільшою довірою у військовослужбовців, то, відповідно до результатів опитування, беззаперечне лідерство належить командирському інформуванню (42,3 %). На другому й третьому місцях із великим відривом – українські загальнонаціональні телеканали (18,3 %), соціальні мережі й тематичні youtube-канали (14,1 %).

Такі дані значно відрізняються від опитування, проведеного інформаційним агентством АрміяInform у липні 2021 р. серед своїх читачів (в опитуванні особового складу підрозділу морської піхоти читачами агентства АрміяInform назвали себе лише 3 військовослужбовці з 89), де респонденти за рівнем довіри розподілили джерела інформації так: «[...] соціальні мережі і Youtube – 35,7 %; Інтернет-ЗМІ – 17 %; інформаційний дайджест Центру морально-психологічного забезпечення ЗС України – 12,6 %; ще 11,6 % схильні довіряти інформації від товаришів по службі, 6 % – лідерам думок» [25].

При тому найбільша кількість опитаних оцінює інформацію про ЗС України в українських цивільних ЗМІ (телебачення, онлайн-медіа, преса, радіо, соцмережі) як незбалансовану й таку, що не розкриває безліч аспектів служби та діяльності ЗС України (51,8 %), четверта частина (25,9 %) опитаних вважає, що інформація в українських цивільних ЗМІ дає певне уявлення про стан справ у ЗС України, а ще 18,8 % впевнені в правдивості й об’єктивності такої інформації.

Потреба військовослужбовців у спеціалізованих медіа МО та ЗС України як джерела офіційної інформації.

Майже дві третини (71,1 %) опитаних зазначили, що в мережі «Інтернет» важлива офіційна інформація і новини для військовослужбовців та працівників ЗС України мають розміщуватися на одному офіційному для МО та ЗС України сайті, а не окремо на сайтах МО та ЗС України. 73,3 % опитаних висловилися на користь створення об’єднаної спеціалізованої платформи текстових, відео й аудіоповідомлень у мережі «Інтернет» як кращого джерела для ознайомлення особового складу з новинами про ЗС України.

Гіпотетично найприйнятнішими видами друкованої продукції для ознайомлення особового складу з новинами про ЗС України більшість респондентів вбачають газету ЗС чи газету окремої військової частини (39,8 % і 36,4 % відповідно). Формат всеармійського журналу обрали 29,5 % опитаних. На користь газети чи журналу для кожного виду (роду) військ висловилися трохи більше ніж 10 % і 11 % відповідно.

Щодо найзручнішого для ознайомлення особового складу з новинами про ЗС України аудіовізуального формату, 39,8 % опитаних краще сприймають ідею окремого телеканалу для ЗС України. По 30 % респондентів висловилися за окремий військовий youtube-канал і тематичні програми про ЗС України на загальнонаціональних телеканалах. 18,2 % вважають, що найефективнішим способом інформування особового складу є розміщення відео на офіційному сайті МО чи ЗС.

Важливо підкреслити, що на початок 2022 р. не зареєстровано жодного офіційного друкованого видання й не створено окремого телеканалу МО чи ЗС України.

Висновки та перспективи. Для розглянутого окремого військового підрозділу на сьогодні провідну роль в інформуванні особового складу відіграє внутрішньокомунікаційна робота (командирське інформування). Рівень довіри до командирського інформування більш ніж удвічі вищий, ніж до українських загальнонаціональних телеканалів чи соціальних мереж і тематичних youtube-каналів.

Військові медіа як джерела інформації використовують близько 40 % особового складу.

Інтернет серед військовослужбовців розглянутого окремого військового підрозділу є найбільш звичним джерелом інформації, він переважає телебачення та друковану продукцію. Часто військовослужбовці користуються кількома видами медіа, а якщо використовують лише одне джерело для отримання новин, зазвичай ідеться про соціальні мережі. Такий розподіл структури медіаспоживання, імовірно, пов’язаний із розповсюдженням інтернету та підвищенням його доступності, а також орієнтацією споживачів на мобільні джерела отримання новин.

Усі військові медіа, з яких опитані отримують інформацію, представлені в мережі «Інтернет», що може свідчити про вплив розвитку інтернету та інформаційно-комунікаційних технологій на функціонування традиційних медіа Міністерства оборони та Збройних сил України.

Виявлено прихильність зазначеної аудиторії до можливої уніфікації джерел офіційної інформації і новин від Міноборони та Збройних сил України в мережі Інтернет.

Респонденти також висловилися за можливість раціонального скорочення кількості військових ЗМІ як об’єктів однакового функціонального призначення за типологічними характеристиками, надавши перевагу загальноармійській газеті та окремому телеканалу для Збройних сил України.

Результати анкетного опитування свідчать про нагальність структурної та функціональної трансформації системи військових засобів масової інформації. Для підтвердження цього необхідно провести комплексне дослідження в масштабах Збройних сил України щодо цільових аудиторій сучасних військових ЗМІ, ставлення до останніх, споживання інформаційного продукту військових медіа тощо. У подальшому це дасть можливість напрацювати пропозиції щодо покращення процесів соціокомунікаційної взаємодії армії з суспільством та інформаційно-медійного забезпечення військ (сил).

1. Островський А. Закономірності розвитку та подальшого удосконалення системи стратегічних комунікацій на основі євроатлантичних принципів та підходів. *STRATCOM : науково-публіцистичне видання* / Навчально-науковий центр стратегічних комунікацій у сфері забезпечення національної безпеки та оборони Національного університету оборони України імені Івана Черняховського. Київ, 2021. Вип. 2. С. 9–11. URL: http://stratcom.nuou.org.ua/wp-content/uploads/2021/04/STRATCOM_2_3_12_04_21.pdf (дата звернення: 10.10.21).

2. Сенік Б. Управління зв'язків з громадськістю Збройних Сил України – основні завдання та напрями діяльності. *STRATCOM : науково-публіцистичне видання* / Навчально-науковий центр стратегічних комунікацій у сфері забезпечення національної безпеки та оборони Національного університету оборони України імені Івана Черняховського. Київ, 2021. Вип. 2. С. 12–21. URL: http://stratcom.nuou.org.ua/wp-content/uploads/2021/04/STRATCOM_2_3_12_04_21.pdf (дата звернення: 10.10.21).

3. Створено вебсайт Збройних Сил України. URL: <https://armyinform.com.ua/2020/12/29/stvoreno-vebsajt-zbrojnyh-syl-ukrayini/> (дата звернення: 12.12.21).

4. Українці ставляться до ЗМІ критичніше, але їй довіра до телеканалів та інтернет-ЗМІ знизилась – наше нове дослідження. URL: <https://internews.in.ua/uk/news/ukrajintsi-stavlyatsya-do-zmi-krytychnishe-ale-j-dovira-do-telekanaliv-ta-internet-zmi-znyzylas-nashe-nove-doslidzhennya/> (дата звернення: 14.11.21); Ставлення населення до ЗМІ та споживання різних типів ЗМІ в Україні (2018 р.). URL: https://internews.in.ua/wp-content/uploads/2018/09/2018-MCS_FULL_UKR.pdf (дата звернення: 15.11.21); Ставлення населення до ЗМІ та споживання різних типів медіа у 2019 р. URL: <https://drive.google.com/file/d/1Oi2Edvl5Srk4hS-D2KохоKkamCarUX7f/view> (дата звернення: 16.11.21); Ставлення населення до ЗМІ та споживання різних типів медіа у 2020 р. URL: <https://internews.in.ua/wp-content/uploads/2020/10/2020-Media-Consumption-Survey-FULL-FIN-Ukr-1.pdf> (дата звернення: 10.01.22); Ставлення населення до медіа та споживання різних типів медіа 2021. URL: https://detector.media/doc/images/news/archive/2021/193866/usaiddinternews_media_report_2021_ukr.pdf?fbclid=IwAR0Enf-DL6hGTYpZXSA6SMBYL1NLQR-lbcjr2f1jD7yQbdHYGQIWri-h_mQ (дата звернення: 01.02.22)

5. Ставлення населення до медіа та споживання різних типів медіа 2021. URL: https://detector.media/doc/images/news/archive/2021/193866/usaiddinternews_media_report_2021_ukr.pdf?fbclid=IwAR0Enf-DL6hGTYpZXSA6SMBYL1NLQR-lbcjr2f1jD7yQbdHYGQIWri-h_mQ (дата звернення: 01.02.22)

6. Горевалов С. Військова журналістика України: Історія і сучасність. Львів : Вид-во Військ. інст-ту при ДУ «Львівська політехніка», 1998. 388 с.

7. Горевалов С. І., Зикун Н. І. Військові ЗМК в інформаційному просторі України: завдання й перспективи розвитку. *Вісник Львівського університету: збірник наукових праць. Серія Журналістика*. Львів, 2013. Вип. 38. С. 250–256.

8. Гривинский Р. Как возродит военную журналистику? *День*. 2014. URL: <http://m.day.kyiv.ua/ru/article/media/kak-vozdorit-voennuyu-zhurnalistiku> (дата звернення: 10.10.21).

9. Кривошея Г. П. Українська військова преса: у пошуках витоків. Електронна бібліотека Інституту журналістики. URL: <http://journalib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=1183> (дата звернення: 10.10.21).

10. Покотило О., Сегада С. Становлення військових газет незалежної України та їх роль у реформуванні збройних сил. *Гілея: науковий вісник*. Київ, 2014. Вип. 80. С. 115–120.

11. Сегада С. П. Створення та розвиток української військової преси (XX – початок XXI ст.): монографія. Рівне : Овід, 2012. 504 с.

12. Суспільно-комунікативні процеси у Збройних Силах України : підручн. / В. І. Алещенко, Т. В. Андрусенко, В. В. Стасюк та ін. ; за заг. ред. В. С. Чорного. Київ : НУОУ ім. Івана Черняховського, 2017. 372 с.

13. Підмогильна Н., Наурузов А. Українська військова преса: відповідність часу. *Communications and Communicative Technologies*. 2019. № 19. С. 62–69. DOI: <https://doi.org/10.15421/291909> (дата звернення: 12.10.21).

14. Праута М. Функціонування українських друкованих військових засобів масової інформації за умов зовнішньої агресії (2014–2020 рр.). *Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія: Філологія. Журналістика*. 2021. Т. 32 (71), № 2. Ч. 2. С. 226–233. DOI: <https://doi.org/10.32838/2710-4656/2021.2-2/40> (дата звернення: 10.10.21).

15. Камінський С. Особливості роботи Центральної телерадіостудії Міністерства оборони України. *STRATCOM : науково-публіцистичне видання / Навчально-науковий центр стратегічних комунікацій у сфері забезпечення національної безпеки та оборони Національного університету оборони України імені Івана Черняхівського*. Київ, 2021. Вип. 2. С. 22–26. URL: http://stratcom.nuou.org.ua/wp-content/uploads/2021/04/STRATCOM_2_3_12_04_21.pdf (дата звернення: 10.10.21).

16. Олтаржевський Д. О. Основи та методи діяльності сучасних корпоративних медіа : монографія. Київ : Центр вільної преси, 2013. 360 с.

17. Жінки-військовослужбовці становить 15 % від загального складу ЗСУ – Міноборони. URL: <https://ua.interfax.com.ua/news/general/773326.html> (дата звернення: 12.12.21).

18. Джерела інформації, медіаграмотність і російська пропаганда: результати всеукраїнського опитування громадської думки. URL: <https://detector.media/infospace/article/164308/2019-03-21-dzherela-informatsii-mediagramotnist-i-rosiyska-propaganda-rezultaty-vseukrainskogo-opytuvannya-gromadskoi-dumky/> (дата звернення: 11.12.21); Як змінилися уподобання та інтереси українців до засобів масової інформації після виборів 2019 р. та початку пандемії COVID-19 (серпень 2020 р.). URL: <https://razumkov.org.ua/napriamku/sotsiologichni-doslidzhennia/yak-zminylys-upodobannia-ta-interesy-ukraintsiv-do-zasobiv-masovoi-informatsii-pislia-vyboriv-2019r-ta-pochatku-pandemii-covid19-serpen-2020r> (дата звернення: 12.12.21).

19. Дослідження АрміяInform: Безпека військових у соціальних мережах. URL: <https://armyinform.com.ua/2020/02/doslidzhennya-armiyainform-bezpeka-vijskovykh-u-soczialnyh-merezhah/> (дата звернення: 12.12.21).

20. Основні джерела інформації про українську армію та рівень довіри до них: результати опитування. URL: <https://armyinform.com.ua/2021/07/osnovni-dzherela-informacziyi-pro-ukrayinsku-armiyu-ta-riven-doviry-do-nyh-rezultaty-opytuvannya/> (дата звернення: 12.12.21).

21. Наказ Генерального штабу Збройних Сил України № 4 від 04.01.2017 «Про затвердження Інструкції з організації інформаційно-пропагандистського забезпечення у ЗС України». URL: <https://dovidnykmpz.info/ipz/nakaz-heneral-noho-shtabu-zbro-nykh-sy-4/> (дата звернення: 12.12.21).

22. Як змінилися уподобання та інтереси українців до засобів масової інформації після виборів 2019 р. та початку пандемії COVID-19 (серпень 2020 р.). URL: <https://razumkov.org.ua/napriamku/sotsiologichni-doslidzhennia/yak-zminylys-upodobannia-ta-interesy-ukraintsiv-do-zasobiv-masovoi-informatsii-pislia-vyboriv-2019r-ta-pochatku-pandemii-covid19-serpen-2020r> (дата звернення: 12.12.21).

23. Дослідження АрміяInform: Безпека військових у соціальних мережах. URL: <https://armyinform.com.ua/2020/02/doslidzhennya-armiyainform-bezpeka-vijskovykh-u-soczialnyh-merezhah/> (дата звернення: 12.12.21).

24. Основні джерела інформації про українську армію та рівень довіри до них: результати опитування. URL: <https://armyinform.com.ua/2021/07/osnovni-dzherela-informacziyi-pro-ukrayinsku-armiyu-ta-riven-doviry-do-nyh-rezultaty-opytuvannya/> (дата звернення: 12.12.21).

25. Основні джерела інформації про українську армію та рівень довіри до них: результати опитування. URL: <https://armyinform.com.ua/2021/07/osnovni-dzherela-informacziyi-pro-ukrayinsku-armiyu-ta-riven-doviry-do-nyh-rezultaty-opytuvannya/> (дата звернення: 12.12.21).

1. Ostrovsky, A. (2021), «Regularities of development and further improvement of the system of strategic communications on the basis of Euro-Atlantic principles and approaches», *Naukovo-publicystychnе vydannya Navchalno-naukovogo centru strategichnykh komunikacij u sferi zabezpechennya nacionalnoyi bezpeky ta oborony NUOU im. Ivana Chernyakhovskogo STRATCOM* [Scientific and journalistic publication of the Training and Research Center for Strategic Communications in the field of national security and defense of NUOU Ivan Chernyakhovsky

STRATCOM], iss. 2021 (2), pp. 9–11, available at: http://stratcom.nuou.org.ua/wp-content/uploads/2021/04/STRATCOM_2_3_12_04_21.pdf (accessed 10 October 2021).

2. Senyk, B. (2021), «The Department of Public Relations of the Armed Forces of Ukraine: the main tasks and activities», *Naukovo-publicystychnye vydannya Navchalno-naukovogo centru strategichnykh komunikacij u sferi zabezpechennya nacionalnoyi bezpeky ta oborony NUOU im. Ivana Chernyaxovskogo STRATCOM* [Scientific and journalistic publication of the Training and Research Center for Strategic Communications in the field of national security and defense of NUOU Ivan Chernyakhovsky STRATCOM], iss. 2021 (2), pp. 12–21, available at: http://stratcom.nuou.org.ua/wp-content/uploads/2021/04/STRATCOM_2_3_12_04_21.pdf (accessed 10 October 2021).

3. ArmyInform (2020), «The website of the Armed Forces of Ukraine has been created», available at: <https://armyinform.com.ua/2020/12/29/stvoreno-vebsajt-zbrojnyh-syl-ukrayiny/> (accessed 12 December 2021).

4. Internews (2017), «Ukrainians are more critical of the media, but trust in TV and online media has declined – our new study», available at: <https://internews.in.ua/uk/news/ukrajintsi-stavlyatsya-do-zmi-krytychnishe-ale-j-dovira-do-telekanaliv-ta-internet-zmi-znyzylas-nashe-nove-doslidzhennya/> (accessed 14 November 2021); Internews (2018), «Attitude of the population to the media and consumption of different types of media in Ukraine», available at: https://internews.in.ua/wp-content/uploads/2018/09/2018-MCS_FULL_UKR.pdf (accessed 15 November 2021); Internews (2019), «Attitude of the population to the media and consumption of different types of media in 2019», available at: <https://drive.google.com/file/d/1Oi2Edv15Srk4hS-D2KoxoKkamCarUX7f/view> (accessed 16 November 2021); Internews (2020), «Attitude of the population to the media and consumption of different types of media in 2020», available at: <https://internews.in.ua/wp-content/uploads/2020/10/2020-Media-Consumption-Survey-FULL-FIN-Ukr-1.pdf> (accessed 10 January 2022); Detector.media (2021), «Attitudes of the population towards the media and consumption of different types of media 2021», available at: https://detector.media/doc/images/news/archive/2021/193866/usaid_internews_media_report_2021_ukr.pdf?fbclid=IwAR0Enf-DL6hGTYpZXSA6SMBYL1NLQR-lbcjr2f1jD7yQbdHYGQIWri-h_mQ (accessed 01 February 2022).

5. Detector.media (2021), «Attitudes of the population towards the media and consumption of different types of media 2021», available at: https://detector.media/doc/images/news/archive/2021/193866/usaid_internews_media_report_2021_ukr.pdf?fbclid=IwAR0Enf-DL6hGTYpZXSA6SMBYL1NLQR-lbcjr2f1jD7yQbdHYGQIWri-h_mQ (accessed 01 February 2022).

6. Gorevalov, S. (1998), *Military Journalism of Ukraine: History and Modernity*, Lvivska politehnika, Lviv, 388 p.

7. Gorevalov, S.I., Zikun, N.I. (2013), «Military ZMK in the information space of Ukraine: tasks and prospects of development», *Visnyk Lvivskoho universytetu Serii: Zhurnalistyka* [Visnyk of Lviv University. Series: Journalism], vol. 38, pp. 250–256.

8. Grivinsky, R. (2014), «How to revive military journalism?» Den, available at: <http://m.day.kyiv.ua/ru/article/media/kak-vozdorit-voennuyu-zhurnalistiku> (accessed 10 October 2021).

9. Krivosheya, G.P. (2003), «Ukrainian military press: in search of origins», *Elektronna biblioteka Instytutu zhurnalistyky* [Electronic library of the Institute of Journalism], available at: <http://journalib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=1183> (accessed 10 October 2021).

10. Pokotilo, O., Segeda, S. (2014), «Formation of military newspapers of independent Ukraine and their role in the reformation of the armed forces», *Hileia: naukovyi visnyk* [Gilea: Scientific Herald], vol. 80, pp. 115–120.

11. Segeda, S.P. (2012), *Creation and Development of the Ukrainian Military Press (XX – the beginning of the XXI century): monograph*, Ovid, Rivne, 504 p.

12. Chorny, V.S. (Ed.) (2017), *Socio-communicative processes in the Armed Forces of Ukraine*, a Textbook, NUOU Ivan Chernyakhovsky, Kyiv, 372 p.

13. Pidmohylna, N., Nauruzov, A. (2019), «Ukrainian military press: the timeliness», *Communications and Communicative Technologies*, vol. 19, pp. 62–69, available at: <https://doi.org/10.15421/291909> (accessed 10 October 2021).

14. Prauta, M.V. (2021), «Functioning of the Ukrainian military printed media in the conditions of external aggression (during the years 2014–2020)», *Vcheni zapysky TNU imeni V. I. Vernadskogo. Seriya: Filologiya. Zhurnalistyka* [Scientists notes of VI Vernadsky Tavrian National university. Series: Philology. Journalism], vol. 32 (71), part 2, pp. 226–233, available at: <https://doi.org/10.32838/2710-4656/2021.2-2/40> (accessed 10 October 2021).

15. Kaminsky, S. (2021), «Features of the Central Television and Radio Studio of the Ministry of Defense of Ukraine», *Naukovo-publicystychnye vydannya Navchalno-naukovogo centru strategichnykh komunikacij u sferi zabezpechennja nacionalnoyi bezpeky ta oborony NUOU im. Ivana Chernyaxovskogo STRATCOM* [Scientific and journalistic publication of the Training and Research Center for Strategic Communications in the field of national security and defense of NUOU Ivan Chernyakhovsky STRATCOM], iss. 2021 (2), pp. 22–26, available at: http://stratcom.nuou.org.ua/wp-content/uploads/2021/04/STRATCOM_2_3_12_04_21.pdf (accessed 10 October 2021).

16. Oltarzhovsky, D.O. (2013), *Fundamentals and methods of modern corporate media: monograph*, Center for Free Press, Kyiv, 360 p.

17. Interfax.com.ua (2021), «Women servicemen make up 15% of the total staff of the Armed Forces – the Ministry of Defense», available at: <https://ua.interfax.com.ua/news/general/773326.html> (accessed 12 December 2021).

18. Detector.media (2019), «Sources of information, media literacy and Russian propaganda: the results of an all-Ukrainian public opinion poll», available at: <https://detector.media/infospace/article/164308/2019-03-21-dzherela-informatsii-mediagramotnist-i-rosiyska-propaganda-rezultaty-vseukrainskogo-opytuvannya-gromadskoi-dumky/> (accessed 11 December 2021); Razumkov.org.ua (2020), «How Ukrainians' preferences and interests in the media have changed since the 2019 elections and the start of the COVID-19 pandemic (August 2020)», available at: <https://razumkov.org.ua/napriamky/sotsiologichni-doslidzhennia/yak-zminylysupodobannia-ta-interesy-ukraintsiv-do-zasobiv-masovoi-informatsii-pislia-vyboriv-2019r-ta-pochatku-pandemii-covid19-serpen-2020r> (accessed 12 December 2021).

19. ArmyInform.com.ua (2020), «ArmyInform research: Military security on social media», available at: <https://armyinform.com.ua/2020/02/doslidzhennya-armiyainform-bezpeka-vijskovykh-u-soczialnykh-merezhah/> (accessed 12 December 2021).

20. ArmyInform.com.ua (2021), «The main sources of information about the Ukrainian army and the level of trust in them: the results of the survey», available at: <https://armyinform.com.ua/2021/07/osnovni-dzherela-informaciyi-pro-ukrayinsku-armiyu-ta-riven-doviry-do-nyh-rezultaty-opytuvannya/> (accessed 12 December 2021).

21. General Staff of the Armed Forces of Ukraine (2017), Order no. 4 «On approval of the Instruction on the organization of information and propaganda support in the Armed Forces of Ukraine», 04 January 2017, available at: <https://dovidnykmpz.info/ipz/nakaz-heneral-noho-shtabu-zbro-nykh-sy-4/> (accessed 12 December 2021).

22. Razumkov.org.ua (2020), «How Ukrainians' preferences and interests in the media have changed since the 2019 elections and the start of the COVID-19 pandemic (August 2020)», available at: <https://razumkov.org.ua/napriamky/sotsiologichni-doslidzhennia/yak-zminylysupodobannia-ta-interesy-ukraintsiv-do-zasobiv-masovoi-informatsii-pislia-vyboriv-2019r-ta-pochatku-pandemii-covid19-serpen-2020r> (accessed 12 December 2021).

23. ArmyInform.com.ua (2020), «ArmyInform research: Military security on social media», available at: <https://armyinform.com.ua/2020/02/doslidzhennya-armiyainform-bezpeka-vijskovykh-u-soczialnykh-merezhah/> (accessed 12 December 2021).

24. ArmyInform.com.ua (2021), «The main sources of information about the Ukrainian army and the level of trust in them: the results of the survey», available at: <https://armyinform.com.ua/2021/07/osnovni-dzherela-informaciyi-pro-ukrayinsku-armiyu-ta-riven-doviry-do-nyh-rezultaty-opytuvannya/> (accessed 12 December 2021).

25. ArmyInform.com.ua (2021), «The main sources of information about the Ukrainian army and the level of trust in them: the results of the survey», available at: <https://armyinform.com.ua/2021/07/osnovni-dzherela-informaciyi-pro-ukrayinsku-armiyu-ta-riven-doviry-do-nyh-rezultaty-opytuvannya/> (accessed 12 December 2021).

UDC 355. 451 : 316. 774 (045)

THE PLACE OF MILITARY MEDIA AMONG THE SOURCES OF INFORMATION FOR SERVICEMEN OF THE ARMED FORCES OF UKRAINE

Prauta Maksym, adjunct (staff)

Military Institute of Taras Shevchenko National University of Kyiv, Mykhailo Lomonosov Street, 81, Kyiv, 03680, e-mail: maxproud@gmail.com.

ORCID – <https://orcid.org/0000-0003-2416-2269>

Introduction. In the conditions of external aggression of the Russian Federation against Ukraine, the source of official information for servicemen of the Armed Forces of Ukraine are the state media which were founded by the Ministry of Defense of Ukraine. In the period since 2014, the system of military media has undergone significant changes, as well as the transformation of the public relations and strategic communications in the Ministry of Defense and the Armed Forces of Ukraine has continued. At the present stage, it remains significant to clarify the current position of the military media as a source of information.

Relevance of the study. The purpose of the article is to determine the place of military media among the sources of official information for servicemen, as well as the degree of need in specialized media of the Ministry of Defense and the Armed Forces of Ukraine.

Methodology, results, conclusions. According to a questionnaire survey of servicemen of one of the units of the Marine Corps of the Naval Forces of the Armed Forces of Ukraine, it was found that at the level of this separate military unit the leading role in informing personnel is played by internal communications. About 40% of servicemen use military media as source of information.

The Internet is the most common source of information for military personnel. The military often uses several types of media, but if they use only one source to receive news, it is usually social networks. All military media from which respondents receive information are presented on the Internet. This may indicate the impact of the development of the Internet and information and communication technologies on the functioning of traditional media of the Ministry of Defense and the Armed Forces of Ukraine.

The results of the questionnaire indicate the need for structural and functional transformation of the existing system of military media. To confirm this, it is necessary to conduct a comprehensive study on the scale of the Armed Forces of Ukraine.

In the future, this will provide an opportunity to develop proposals for improving the processes of socio-communication interaction of the army with society and information and media support of troops (forces).

Key words: *Ministry of Defense of Ukraine, Armed Forces of Ukraine, source of information, military media, Internet, social networks.*

Стаття надійшла до редакції 07.02.2022.