

*Сегеда С.П., доктор історичних наук, доцент,
начальник науково-дослідного центру воєнної
історії НУО України імені Івана
Черняхівського (м. Київ)*

ЗАСОБИ МАСОВОЇ КОМУНІКАЦІЇ У ЗОНІ БОЙОВИХ ДІЙ: ІСТОРИЧНИЙ ДОСВІД І СУЧАСНІСТЬ

У статті розкривається значення сучасних військових засобів масової інформації для формування патріотизму і мотивації воїна до боротьби за незалежність і територіальну цілісність держави, для протистояння інформаційній інтервенції Російської Федерації. Висвітлюється український історичний досвід використання друкованих видань у зоні бойових дій та сучасна діяльність зарубіжних інформаційних відділів.

Ключові слова: *інформаційно-пропагандистське забезпечення, засоби масової інформації, військова преса, російсько-українська війна.*

Вітчизняна воєнна історія та світовий досвід локальних збройних конфліктів кінця ХХ – початку ХХІ ст. демонструють, що успіх виконання бойових завдань і професійних обов'язків залежить від рівня фахової підготовки військовослужбовця та громадянських якостей захисника Вітчизни, серед яких пріоритетне місце посідає відданість своєму народові, готовність пожертвувати собою, здатність діяти в інтересах Вітчизни та у разі необхідності стати на її захист, тобто патріотизм. Виховання особистості громадянина-патріота України з властивими йому цінностями, гуманізація військової сфери, формування ціннісних орієнтирів військовиків та високої мотивації до діяльності, спрямованої на захист Батьківщини, має важливе значення для ефективної діяльності сектору безпеки і оборони та залежить від узгодженої роботи органів державної влади, військового керівництва, наукових, освітніх установ, громадських, релігійних організацій тощо.

Водночас постає проблема не лише формування якостей воїна-патріота, а й донесення до широких мас населення позитивного образу військовослужбовця через засоби масової інформації та твори мистецтва, що є складником утвердження почуття гордості за свою Батьківщину. Зокрема, успішне вирішення проблем морально-психологічного забезпечення військовиків багато в чому залежить від активності й ефективності інформаційно-пропагандистської роботи, у тому числі через друковані видання. Для успішного вирішення зазначених вище завдань важливим є застосування комунікативних технологій: реклами, пропаганди, піар-кампаній тощо.

Мета статті – на основі аналізу історичного досвіду діяльності українських військових засобів масової інформації/комунікації та відповідальних за інформаційно-пропагандистське забезпечення відділів українських збройних формувань ХХ ст. у процесі воєнних дій, огляду сучасного зарубіжного досвіду сформулювати рекомендації застосування військових засобів масової інформації (ЗМІ) на лінії зіткнення і в зоні проведення операції Об'єднаних сил (ООС) з урахуванням передової практики інформаційних та комунікативних технологій.

Певні аспекти інформаційно-пропагандистського забезпечення військових формувань і цивільного населення досліджувалися у працях Т. Вронської [1], Г. Кривошиї [2], В. Малюги [3], Г. Почепцова [7], С. Сегеди [9], О. Лисенка, В. Стецкевича, В. Грицюка [12], В. Шевчука [15].

Якщо розглянути понятійний апарат, то одним із ключових понять є обмін інформацією, що являє собою систему накопичення, збереження, передавання суттєво важливої інформації, яка впливає на поведінку військовика, формує його мотивацію до захисту Вітчизни. Умовно можна виділити вертикальний і горизонтальний обмін інформацією. Як правило, вертикальний обмін інформацією іде від командування до підлеглих, органів масової інформації до військовиків, а також до цивільного населення як у зоні бойових дій, так і за її межами. Горизонтальний обмін інформацією – це

обмін інформацією між військовиками, який нині є в основному спонтанним і внаслідок несистемного надходження офіційної інформації може заповнюватися неправдивими повідомленнями, чутками. Координація між вертикальним та горизонтальним обміном інформацією є важливою умовою ефективного протистояння в інформаційній війні, протидії ворожій пропаганді.

Використання військових ЗМІ в інформаційно-пропагандистській діяльності має столітній успішний досвід, вивчення і реалізація якого необхідна і у наш час. Історія українського війська ХХ століття надає нам зразки застосування військової преси, якій ще 100 років тому відводили важливу роль “удержання української армії через скріплення її моральної сили” [10]. Ці слова, зазначені у 1919 році у програмній статті військового часопису Української галицької армії “Стрілець”, окреслюють мету інформаційно-пропагандистської роботи, яку цілеспрямовано вели у війську для згуртування вояків навколо ідеї самостійності, незалежності української держави.

Який досвід пропонує нам історія збройної боротьби за незалежність України у ХХ столітті? По-перше, підтверджується необхідність високого рівня інформаційно-пропагандистського забезпечення у війську. Був період в історії УНР, коли керівники держави і війська вважали пропагандистську роботу з вояками зайвою, так як, на їхню думку, сама присутність людини у війську мала свідчити про патріотизм і високу вмотивованість до боротьби за Українську соборну самостійну державу [14, арк. 4зв. – 5зв.]. Однак історія показала помилковість цієї позиції. Якщо інформаційно-пропагандистська робота з особовим складом з боку командування не велася, вона виникала стихійно, на добровольчих засадах. По-друге, існувала широка підтримка війська з боку різнопланових цивільних фахівців інформаційно-пропагандистської діяльності. До війська йшла інтелігенція: історики, педагоги, письменники, які були редакторами, журналістами, керували

відділами пропаганди, навіть вчили самих вояків збирати інформацію та “освідомляти народ” [9, с. 253].

Початок воєнних дій 1914 року і створення перших військових формувань зумовили виникнення української військової преси, що на той час була основним джерелом інформації. Українські січові стрільці (УСС) мали цілу систему часописів, перші з яких (рукописні видання чи розмножені на гектографі) виникли на фронтах [4, с. 139–154]. Знаково, що військові ЗМІ виникли як ініціатива “знизу”, що пізніше оформилася як складова роботи командування. У військових формуваннях було створено спеціальні органи, що опікувалися інформаційно-пропагандистським забезпеченням військовослужбовців. В УСС, УГА була організована Пресова Квартира, сама назва якої вказує на першочергове завдання органу: інформувати вояків про події на фронті через пресу, збирати історію Українських січових стрільців, Української галицької армії. Згодом Пресова Квартира охопила низку інших функцій: описувати й аналізувати бойові дії частин і підрозділів у боротьбі за державну незалежність України; вести контрпропаганду; організовувати дозвілля (бібліотеки, хор, театр), дбати про сім’ї загиблих тощо. В Армії УНР 1919–1920 рр. аналогічним органом стало Інформаційне бюро.

Українські військові формування, що діяли під час Другої світової війни, також значну увагу надавали інформаційно-пропагандистському забезпеченню. Причому, як і в арміях 1917–1920 років, ця робота також була спрямована на населення та впливала на підтримку війська з його боку. Українська повстанська армія мала розгалужену систему відділів пропаганди. Структура військової преси, як правило, співвідносилася зі структурою війська чи військових організацій, то і преса УПА відповідала загальній організаційній будові армії. Вона проводила антинімецьку і атибільшовицьку пропаганду. В інформаційно-пропагандистській роботі використовувалися різні види друкованих засобів – газети, журнали, листівки, брошури. Для їх виходу в світ працював цілий штат фахівців.

Наприклад, до складу обслуги друкарні УПА входили: адміністратор-директор, який організував роботу працівників, відповідав за зміст друкованих матеріалів; головний редактор, який відповідав за випуск друкованого видання, збирав інформацію чи організував її збір, обробляв її, писав, редагував матеріали; технічний редактор, відповідальний за друк та розповсюдження преси; магазинер, який контролював наявність і зберігання матеріалів для друку; складальники, які володіли технологією випуску друкованої продукції, особи, які друкували на друкарських машинках. Також міг входити радіотехнік, який приймав інформаційні радіоповідомлення і писав за ними матеріали; інтендант, який стежив за постачанням продуктів. Кур'єри з метою конспірації не належали до штату видавничої ланки, а забирали готові видання в умовленому місці [8].

Пресова діяльність, що була одним із пріоритетних напрямів роботи виховних структур УПА і збройного підпілля 40–50-х років, виконувала два основних завдання: піднесення духу вояків і роз'яснення ідеї боротьби за вільну Україну. Вона проходила під керівництвом командування, яке впливало на неї через інструктивні документи. В одному з них вказувалося: “Нехай наші думки і ідеї будуть найсправедливішими, та коли їх серед народу не поширювати – будуть мертвими” [13, арк. 26, 29]. Однак у той час в інформаційній роботі було допущено низку помилок, яких мають уникати й організатори сьогоденної інформаційно-пропагандистської роботи: нерозуміння відмінностей роботи з населенням заходу і сходу України, яке різниться у політичних симпатіях і пріоритетах, складність матеріалу часописів, нерегулярність чи запізнення у поширенні преси, політична роздробленість борців за Україну. Сприяли успіху пресової діяльності такі чинники: продумана, спланована робота видавничих осередків та добре організована логістика; залучення талановитих публіцистів, учених, письменників, поетів; актуальність опублікованого матеріалу і відгуки на злободенні проблеми і події; висока ідейність і патріотизм авторів; тривала

практика підготовки громадських кореспондентів-дописувачів серед самих військовослужбовців.

Соціум ступив на новий етап розвитку, коли на зміну індустріальному прийшло постіндустріальне (інформаційне) суспільство, відбувся процес інформатизації усіх сфер життя. Новітні технології радикально трансформували матеріально-виробничу і соціальну сфери людства. Водночас відбулися значні зміни в обробленні, виробництві й передаванні інформації, у підході до її подачі. Саме комп'ютер уперше дав змогу подати (не лише окремо, а й разом) будь-який із видів інформації – текстовий, звуковий, відео чи зображальний – у цифровій формі. Інтернет посприяв колосальному приросту знань, значному розширенню інформаційних меж і створенню нової інформаційної картини світу.

У результаті відбулася трансформація медіа. У процесі розвитку мультимедійних технологій друковані ЗМІ, у тому числі й військові, втратили частину читацької аудиторії, здавши позиції телебаченню й Інтернету. Однак інформацію останніх характеризувала мала достовірність, емоційність і навіть агресивність сюжетів, серед яких досить складно відібрати інформативний матеріал. Роль транслятора інформації військово-політичного характеру взяли на себе електронні видання відповідної спрямованості.

За п'ять років війни на Сході України військові ЗМІ пройшли через значну внутрішню трансформацію разом із іншими структурами української армії та водночас виконували свої основні завдання в інтересах військ. У деяких випадках друковані ЗМІ взагалі ставали чи не єдиним засобом отримання інформації військовослужбовцями сил антитерористичної операції (АТО). Для цивільного населення, у тому числі громадян на тимчасово окупованих територіях та деяких інших цільових аудиторій, окремими тиражами виходили спецвипуски відомчих військових видань. Однак, як показала практика, вони не змогли охопити достатню аудиторію серед військових і населення зони бойових дій. Діяльність ворожих ЗМІ явно

перекривала потуги української інформаційно-пропагандистської діяльності. Не повністю було враховано особливості політичних переконань населення, що десятиліттями формувалися російською пропагандистською машиною, підтриманою великими грошовими вливаннями. Аналіз української державної політики у сфері забезпечення інформаційної безпеки за роки незалежності показує, що млява діяльність державних структур у цьому напрямі призвела до беспорядності нашого інформаційного поля і катастрофічних наслідків на Сході України [5].

Однак і нині в зоні проведення операції Об'єднаних сил (ООС) у Донецькій та Луганській областях проблемам інформаційно-пропагандистського забезпечення надається недостатня увага. На лінію зіткнення (лінію розмежування) українські газети потрапляють нерегулярно. Українське телебачення на цих територіях слабо конкурує з російським, бо трансляційні вежі залишилися на тимчасово окупованих територіях.

Цей інформаційний теле- і радіовакуум заповнює пропаганда так званих ЛНР/ДНР, Російської Федерації, що відкрито транслюється в українському ефірі. Як наслідок, місцеві жителі знаходяться під потужним ворожим інформаційним тиском. Ілюстрація з власного досвіду автора свідчить, наскільки складно мешканцям у такому стані ворожого пропагандистського пресування розібратися навіть в очевидному. На запитання: “Ви що, вірите, що вас обстріляли Збройні Сили України?” жителька Станиці Луганської відповіла: “Умом розумію, що цього не може бути, а серце не приймає”.

Окремі командири намагалися виправити недоліки інформаційно-пропагандистського забезпечення власними силами: друкували на принтері листівки з роз'ясненнями становища. Ці листівки розклеювали в публічних місцях: на ринку, на пошті, банку, автобусних зупинках, на блокпостах. Такі спроби були малодієві. Через годину-півтори листівки залишалися тільки на блокпостах, в інших місцях їх зривали. За ініціативи деяких командирів військових частин почали видаватися власні міні-газети, а, наприклад, у

Станиці Луганській місцеві органи самоврядування провели радіотрансляційну лінію Першого каналу українського радіо і встановили гучномовці в найбільших місцях скупчення людей. Таким чином вони зробили невеликий внесок у формування україноцентричного світогляду місцевого населення. Але для цієї справи державної ваги потрібна державна підтримка: законодавча, матеріальна, фінансова і моральна.

Єдина центральна військова газета “Народна армія”, що видавалася мізерним накладом, якого не вистачало на задоволення інформаційного “голоду” військовослужбовців, у грудні 2018 року взагалі припинила існування.

Інформування перемістилося в Інтернет. Однак досі немає плану дій щодо забезпечення функціонування окремих інтернет-відеоканалів та інтернет-сайтів про діяльність військ (сил) з метою популяризації військової служби у суспільстві. Щоправда, певна діяльність ведеться, вона охоплює значний прошарок інтернет-користувачів. На офіційному веб-сайті Міністерства оборони розміщуються тематичні інформаційні повідомлення, зокрема з початку 2019 року їх нараховується 2,5 тисячі. Для формування позитивного іміджу Збройних Сил України Центральна телерадіостудія Міністерства оборони України з початку року видала в ефір: 189 сюжетів, 17 випусків програм (“ProВійсько”, “Техніка війни”, “Будемо жити”, “Захисник Вітчизни”), два документальних фільми, 45 кліпів, 146 сюжетів щодо щоденного ритуалу вшанування пам’яті військовослужбовців Збройних Сил України, які загинули за свободу, незалежність і територіальну цілісність України, світовий мир та порядок. Діє військове радіо “Армія ФМ”, телерадіостудія Міністерства оборони України “Бриз”, що у 2019 році підготувала 96 телевізійних сюжетів, 13 телевізійних фільмів та нарисів, 6 радіопрограм. Їх викладають на окремих інтернет-відеоканалах у мережі YouTube, розміщують на власних сторінках у соціальних мережах, на офіційному сайті МО України.

Військова служба постійно популяризується в ефірі першого військового радіо “Армія ФМ”. Двічі на день по буднях виходять “Новини Донбасу”, готуються щоденні випуски новин. Регулярно відбуваються прямі ефіри із залученням гостей із МО України та ГШ ЗС України, волонтерів, учасників АТО і ООС, істориків; “Армія ФМ” здійснює виїзні ефіри з території проведення ООС. У 2019 році Управління зв’язків з громадськістю Збройних Сил України спільно з прес-службами ЗС України щоденно висвітлює в національних та регіональних ЗМІ заходи діяльності ЗС України.

У Збройних Силах України створені та підтримуються в соціальних мережах Facebook та YouTube офіційні сторінки Генерального штабу ЗС України, 278 сторінок військових частин та установ ЗС України, з них 94 сторінки військових частин, навчальних закладів та органів управління, 184 сторінки військових комісаріатів.

Однак спостерігається певна однобічність інформаційно-пропагандистської діяльності, що пов’язана з використанням наявних каналів комунікації в Інтернет-просторі. Інформаційний продукт вироблено, розміщено, а чи дійшов він до адресата – це турбота самого адресата. А між тим, це справа державної ваги. Потрібен моніторинг ситуації, наскільки безпечно користуватися Інтернетом у зоні ООС, чи там він доступний скрізь, чи жителі Донецької і Луганської областей мають доступ до сайтів, на яких професійно і правдиво висвітлено діяльність ЗС України. Потрібне щоденне інформування (як військових, так і цивільних) через доступні у зоні ООС канали, а також необхідний зворотній зв’язок, що свідчить про реакцію споживачів інформації. З метою подолання ворожого інформаційного тиску поряд із соціальними мережами мають бути максимально відновлені, створені, активізовані та використані друковані ЗМІ: преса, листівки, встановлено гучномовці, надано можливості населенню отримувати українські радіо- і телепередачі.

Важливий досвід щодо інформаційно-пропагандистського забезпечення війська надають нам іноземні партнери. У червні 2019 року на

Регіональному семінарі з питань стратегічних комунікацій у м. Канберра (Австралія) було презентовано структуру органів зв'язків із громадськістю міністерства оборони Австралії (МО Австралії) та збройних сил Австралії (ЗС Австралії) у системі стратегічних комунікацій, а також завдання, що стоять перед офіцерами-керівниками зв'язків із громадськістю тактичного, оперативного і стратегічного рівнів, цивільних працівників і військових журналістів під час виконання внутрішньої і зовнішньої комунікацій. Австралійська сторона продемонструвала спроможності комунікаційних підрозділів. Наприклад, особовий склад Першого об'єднаного підрозділу зв'язків із громадськістю ЗС Австралії включає 32 військовослужбовці. Очолює підрозділ офіцер рівня “майор”, у його підпорядкуванні – кілька офіцерів штатно-посадової категорії “капітан”, які представляють сухопутний, повітряний та військово-морський компоненти і на чолі мобільних груп (у складі фото- і відео- операторів) забезпечують інформаційний супровід заходів у підрозділах ЗС Австралії, сприяють діяльності офіцерів зв'язків із громадськістю на тактичному, оперативному і стратегічному рівнях. Затверджує усі текстові, фото- і відеоматеріали для оприлюднення, поширює інформацію про події у збройних силах та міністерстві оборони Австралії Бюро новин і військових засобів масової інформації. Фахівці цього підрозділу монтують відеосюжети із наданих відеоматеріалів, ведуть корпоративні сторінки міністерства оборони у соціальних мережах, а також займаються друком періодичних видань – газет Сухопутних військ, Повітряних сил та Військово-морських сил Австралії. Бюро новин і військових засобів масової інформації МО Австралії також здійснює моніторинг цивільних ЗМІ, підготовку дайджестів, реагування на критику та запити через соціальні мережі.

Зарубіжний досвід роботи військових ЗМІ, інформаційних відділів збройних сил демонструє важливість надання інформації на паперових носіях. Так, наприклад, на кожній військовій базі ЗС США у місцях масового перебування військовослужбовців та членів їхніх сімей (польові чи базові

табори, об'єкти культурно-спортивного призначення, службові приміщення, торговельні центри, їдальні тощо) у вільному доступі або за помірну ціну та в необхідній кількості є свіжі примірники кількох друкованих видань. Серед них центральна преса, газета виду збройних сил, видання військової бази або військового округу тощо. Військові відомства Великої Британії, ФРН та багатьох інших країн світу теж мають достатні аргументи та досвід щодо необхідності утримувати власні друковані видання [6].

Українській владі варто враховувати, що поряд із підвищенням уваги до зміцнення оборонного комплексу країни необхідно підтримувати патріотичні настрої населення на хвилі зростання інтересу до військової тематики. Кожне цивільне видання має випускати сторінку про сучасну боротьбу за незалежність і суверенітет України, про минулі славні віхи військової історії з україноцентричної позиції, відходячи від прорадянських традицій та стереотипів.

Існує нагальна необхідність формувати проукраїнську позицію в населення Донбасу через роз'яснення позиції України, її війська, мети боротьби і наслідків перемоги України для кожного жителя регіону. Військові ЗМІ мають налагодити тісну інформаційну співпрацю з цивільними комунікаційними структурами щодо розповсюдження матеріалів військового змісту, поширення цивільних газет, журналів серед військових, особливо на передовій.

На жаль, вітчизняний пропагандистський продукт про козацтво, УПА, Революцію Гідності досі є малочисельним. Численні подвиги українських військовиків, волонтерів, медиків не стали масовими сюжетами для фільмів і вистав. Розважальні шоу та низькопробні серіали не мають ваги для нашої перемоги в інформаційній війні, швидше навпаки, заповнюють ефір та свідомість людей порожніми, а то й ворожими ідеями. Також у журналах, газетах, листівках важлива наявність матеріалів контрпропагандистського напрямку, що розвінчують нав'язані російською пропагандою міфи і фобії. Інформаційна війна не має фронту і тилу, однак у ній важливу роль може

відіграти когорта військових кореспондентів, які володіють живими прикладами героїчної боротьби наших військових, які віддають своє здоров'я і життя за Україну, знаходяться поруч із ними і активно продукують матеріали про гідні сторінки нашої сучасної боротьби.

На сучасному етапі роль військового кореспондента в інформаційному забезпеченні військових конфліктів і кризових ситуацій має велике значення. Реалії інформаційного протиборства, складність і ризикованість роботи диктують нові вимоги до представників цієї професії. Нині журналісти мають можливість надавати аудиторії інформацію в режимі реального часу завдяки мобільним станціям, супутниковому зв'язку, недорогим технологіям, заходячись в середині збройного конфлікту. Для військових журналістів, які працюють у "гарячих точках", життєво необхідні спеціальні знання і навички, також надзвичайно важливими є патріотична налаштованість і вмотивованість.

Ефективність інформаційної діяльності відділів морально-психологічного забезпечення залежить від переконливості і доказовості доведеної до відома військовиків інформації, поєднання науковості та доступності її викладу, правдивого трактування першоджерела. Важливо враховувати інформаційні запити військовослужбовців і сприйняття інформації різними їх категоріями та забезпечити зворотній зв'язок у процесі інформаційно-пропагандистського забезпечення.

Для виправлення становища автор статті подає низку пропозицій. Вони не є вичерпними, але можуть поліпшити існуючий стан речей на тимчасово окупованих територіях Донецької і Луганської областей у сприйнятті сучасної боротьби Збройних Сил України за незалежність нашої держави:

- альтернативи друкованій пресі у місцях бойових дій немає: вихід в Інтернет з мобільного телефону фіксується ворожою стороною і може викликати прицільний обстріл;

- запровадити видавництво бригадних газет із місцевим матеріалом у районах бойових дій;

- налагодити радіо- і телетрансляцію в зоні ООС та на окуповані території, активізувати роботу військових підрозділів інформаційно-пропагандистського забезпечення;

- вдосконалювати донесення інформації до військовослужбовців та цивільного населення в зоні ООС, моніторити й активізувати горизонтальний обмін інформацією проукраїнського змісту;

- заохочувати діячів мистецтва, письменників, істориків, публіцистів виступати у зоні проведення ООС та місцях відпочинку, лікування військових;

- створювати курси для підготовки військових фахівців, а також цивільних журналістів, які вестимуть роботу в зоні ООС (питання збереження військової таємниці, військова термінологія тощо).

- вдосконалювати інформаційну культуру офіцера, розвивати основні навички інформаційної роботи, що передбачають вміння використовувати першоджерело інформації, враховувати сприйняття інформації різними категоріями військовослужбовців під час проведення різноманітних заходів, механізми психологічного захисту під час сприйняття інформації та способи подолання негативного впливу, необхідність забезпечення зворотного зв'язку в процесі морально-психологічного забезпечення життєдіяльності військ.

Список використаних джерел і літератури

1. *Вронська Т.* Полковник Петро Болбочан: трагедія українського державника : наук. видання / [В. Сідак, Т. Осташко, Т. Веронська]. – К. : Темпора, 2009. – 426 с.

2. *Кривошея Г.* Слово, гартоване в борні / Г. Кривошея. – К. : Київський військовий гуманітарний інститут, 1996. – 140 с.

3. *Малюга В.М.* Антинімецька інформаційно-пропагандистська діяльність ОУН і УПА серед населення окупованої України (1941–1944 рр.) : дис. ... канд. істор. наук : 20.02.22 / Малюга Валерій Миколайович. – К., 2006. – 215 с.

4. *Назарук О.* Слідами Українських Січових Стрільців / О. Назарук. – Львів : Союз Визволення України, 1916. – С. 139–154.
5. *Пархоменко С.* Як Україні перемогти в інформаційній війні // Українська правда. 1 серпня 2014: [Електрон. ресурс]. – Режим доступу : <https://www.pravda.com.ua/columns/2014/08/1/7033646/>
6. *Попова Т.* Зберегти комунікацію: [Електрон. ресурс]. – Режим доступу : <https://blogs.pravda.com.ua/authors/popova/5b288ec5b4186/>
7. *Почепцов Г.* Сучасні інформаційні війни. – К., 2016. – 498 с.
8. *Сегеда С.П.* Становлення української військової преси 1943–1953 років як складової системи інформаційно-пропагандистського забезпечення УПА / С. П. Сегеда // Гілея (науковий вісник) : зб. наук. праць / [Гол. ред. В. М. Вашкевич]. – К. : ВІР УАН, 2010. – Вип. № 40. – С. 20–27.
9. *Сегеда С.П.* Створення та розвиток української військової преси (XX – початок XXI століття) : монографія. – Рівне : Овід, 2012. – 504 с.
10. Стрілець. – 1919. – № 14. – 28 березня.
12. Україна в Другій світовій війні: погляд з XXI століття. Історичні нариси у двох книгах. Кн. 1 / О. Є. Лисенко, В. В. Стецкевич, В. М. Грицюк та ін. – К. : Наукова думка, 2010.
13. Центральний державний архів вищих органів влади (далі – ЦДАВО), ф. 3833, оп. 1, спр. 95, арк. 26.
14. ЦДАВО, ф. 2188, оп. 1, спр. 117, арк. 4 зв. – 5 зв.
15. *Шевчук В.П.* Гібридна війна Росії проти України: історичний вимір / В. Шевчук, С. Сегеда // Наука і оборона. – 2019. – № 1. – С. 31–35.

*Sheda S.P., Doctor of Historical Sciences,
Associate Professor, Chief of the Research Center
of Military History of Ivan Cherniakhovskyi
National Defense University of Ukraine (Kyiv)*

**MEANS OF MASS COMMUNICATION IN A COMBAT ZONE:
HISTORICAL EXPERIENCE AND MODERNITY**

The article reveals the importance of modern military media for the formation of patriotism and motivation of a military man to fight for independence and territorial integrity of the state, to counter the information intervention of the Russian Federation. The Ukrainian historical experience of using print media in a combat zone and the current activities of foreign information departments are described in the article.

Keywords: *information coverage and propaganda, mass media, military press, Russian-Ukrainian war.*