

УДК 355.1:659.4(44+410+430+438+474+477+489+73)
DOI <https://doi.org/10.32838/2710-4656/2022.1-3/40>

Гриджина В. В.

Київський національний університет імені Тараса Шевченка

ПОРІВНЯЛЬНИЙ АНАЛІЗ СИСТЕМИ ЗВ'ЯЗКІВ З ГРОМАДСЬКІСТЮ ЗБРОЙНИХ СИЛ УКРАЇНИ ТА НАТО

У статті здійснено порівняльний аналіз системи зв'язків з громадськістю Збройних Сил України та НАТО, а також окремих країн-членів НАТО (США, Великої Британії, Франції, ФРН, Польщі, Данії, Литви, Естонії) та країни основного союзника НАТО – Ізраїлю.

Порівняльний аналіз здійснювався з метою з'ясування сумісності системи зв'язків з громадськістю Збройних Сил України з подібними системами країн-членів НАТО. Це пов'язано із прагненням України вступити до Організації Північноатлантичного договору, для чого Україні потрібно відповідати стандартам НАТО. Система зв'язків з громадськістю також регулюється документами НАТО.

Основним методом дослідження став порівняльний аналіз, який був застосований до систем зв'язків з громадськістю різних країн та Організації Північноатлантичного договору.

Система зв'язків з громадськістю порівнювалася за параметрами: 1) місія (стратегічні цілі, основні завдання зв'язків з громадськістю); 2) напрями діяльності; 3) інструменти системи зв'язків з громадськістю; 4) органи управління (вища підпорядкованість).

Здійснений аналіз показав сумісність проаналізованих систем зв'язків з громадськістю. Усі системи мають схожу місію (створення позитивного іміджу армії), а також однакові напрями діяльності (медіадіяльність, цифрова взаємодія в Інтернеті, інформаційно-просвітницька діяльність, внутрішня комунікація, зв'язки з громадськістю, моніторинг та аналіз медіа, наукова діяльність, освітня діяльність, робота із молоддю, кризові комунікації, фінансування індустрії кіно) та інструментарій (цивільні ЗМІ, Інтернет, ділові заходи, спеціальні заходи, а також військові ЗМІ).

Україна перебуває на етапі формування системи зв'язків з громадськістю. Органи управління знаходяться в Міністерстві оборони України і в Генеральному штабі Збройних Сил України.

Ключові слова: система зв'язків з громадськістю, армія, Україна, НАТО, країни-члени НАТО, Ізраїль, порівняльний аналіз.

Постановка проблеми. З лютого 2014 року Україна зіткнулася зі збройною агресією з боку Російської Федерації, що актуалізувала проблему участі у військових союзах та з'ясування військових союзників. 23 грудня 2014 року Верховна Рада України прийняла Закон щодо відмови України від здійснення політики позаблоковості на користь «поглиблення співпраці з Організацією Північноатлантичного договору з метою досягнення критеріїв, необхідних для набуття членства у цій організації» [6].

Одним із критеріїв вступу до НАТО є прийняття стандартів цієї організації.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Більшість наукових розвідок, які зараз ведуться присвячені темі стратегічних комунікацій, де зв'язки з громадськістю виступають лише як один з елементів системи. Передусім це розвідки А. Баровської, І. Іжутової, Л. Компанцевої, Г. Почепцова, О. Сальнікової, С. Соловйова та ін. Проблеми інтеграції України та НАТО

досліджують науковці В. Богданович, О. Бодрук, К. Горячева, І. Компанець, В. Леонов, О. Маначинський, К. Мелекесцев, В. Орлик, Б. Парахонський, С. Пирожков, Г. Перепелиця, В. Смолянук, І. Тодоров, Л. Токар та ін.

Формулювання цілей. *Мета статті – з'ясувати сумісність системи зв'язків з громадськістю Збройних сил України (ЗСУ) із відповідними системами країн-членів НАТО та його союзника Ізраїлю.*

Об'єктом зацікавленості стала система зв'язків з громадськістю (public affairs), яка існує в НАТО, а також в різних країнах-членах НАТО та в Ізраїлі, як одного з провідних союзників альянсу. *Предметом* дослідження стали елементи загальної моделі системи зв'язків з громадськістю.

Основним методом дослідження став порівняльний аналіз.

Виклад основного матеріалу. Система зв'язків з громадськістю Збройних Сил України

є складною відкритою системою із розгалуженою структурою, яка перебуває на етапі становлення.

Українська система зв'язків з громадськістю була порівняна з подібними системами США, Великої Британії, Франції, ФРН, Польщі, Данії, Литви, Естонії, НАТО та Ізраїлю. Задля виявлення спільного та відмінного з подальшим визначенням елементів, що можуть бути використані в українській системі.

Відповідно до загальної моделі системи зв'язків з громадськістю (ЗГ) були визначені наступні параметри для порівняльного аналізу: 1) місія (стратегічні цілі, основні завдання ЗГ); 2) напрями діяльності; 3) інструменти системи ЗГ; 4) органи управління (вища підпорядкованість).

I. Місія (стратегічні цілі, основні завдання ЗГ).

В основі усіх аналізованих місій ЗГ лежить формування позитивного ставлення та підтримки громадськістю діяльності збройних сил, а також пояснення аудиторії військової політики держави.

Стратегічні цілі НАТО, США, Великої Британії поширюються на усю міжнародну спільноту.

Військові зв'язки з громадськістю в НАТО відповідають за просування військових цілей і завдань НАТО шляхом своєчасного повідомлення точної інформації різній аудиторії. Ці повідомлення покращують обізнаність та розуміння військових аспектів ролі, цілей, операцій, місій та діяльності Альянсу, тим самим зміцнюючи його організаційний авторитет. Підтримка базується на розумінні громадськістю того, як Альянс впливає на міжнародний мир та безпеку. Довіра громадськості, у свою чергу, посилюється завдяки здатності НАТО працювати відкрито, прозоро та згідно з цінностями та очікуваннями країн-членів [11, с. 1].

Місія ЗГ США – цілеспрямований інформаційний вплив на цивільну і воєнну аудиторії всередині країни та за її межами з метою формування позитивного ставлення до американських збройних сил [12].

Цілі ЗГ Великої Британії – забезпечення процесу впливу на суспільну свідомість у масштабах збройних сил, держави та світової громадськості; формування позитивного іміджу для максимальної підтримки всіх аспектів діяльності армії; роз'яснення британській і міжнародній спільноті військової політики Великої Британії [26].

Цілі ЗГ у Литві – це досягнення позитивної репутації збройних сил та суспільної підтримки національної оборони та армії [23].

Польща та ФРН у своїх місіях зосереджують увагу на правдивому висвітленні діяльності, наполягають, що приховування негативної інформації призведе до репутаційних втрат.

Стратегічною метою інформаційної політики Мінборони Польщі є отримання підтримки та розуміння громадськістю цілей, завдань та заходів, які здійснює міністерство. Реалізація конституційного права громадян на інформацію є найважливішим елементом інформаційної політики Мінборони. Це означає, що громадянин має право вимагати інформацію про міністерство, як позитивну, так і негативну, а міністерство зобов'язане оприлюднювати її безпосередньо або через ЗМІ [14].

ФРН. Громадськість має бути проінформована про діяльність Бундесверу, приховування інформації через страх перед критикою чи негативні повідомлення є непродуктивними і завдають репутаційних втрат. Подача інформації має бути збалансована та реалістична, що допоможе завоювати довіру аудиторії до того, хто передає інформацію [9].

Місія ЗГ Французької республіки зосереджена на розкритті та поясненні оборонної політики Франції, сприянні повній інтеграції армії у націю. Повідомлення мають висвітлювати загальні досягнення профільного міністерства [13].

В Ізраїлі стратегічними цілями є пропагування Армії оборони Ізраїлю (ЦАХАЛ), як професійної військової сили, підготовленої як до мирного, так і до воєнного часу; висвітлення в позитивному світлі унікальних відносин між народом Ізраїлю та ЦАХАЛом, а також ролі армії як сили, що об'єднує суспільство [20].

Місія українських військових зв'язків з громадськістю полягає у підтримці командирів (начальників) щодо своєчасного донесення до цільових аудиторій достовірної інформації про діяльність у Збройних Сил України, підвищенні обізнаності та розуміння суспільством завдань та функцій Збройних Сил України, а також у написанні їх історії та участі у формуванні позитивного іміджу Збройних Сил України [4, с. 13].

II. Напрями діяльності.

У документах НАТО відповідно до функцій зв'язків з громадськістю основними напрямками діяльності є медіадіяльність, цифрова взаємодія, інформаційно-просвітницька діяльність, внутрішні комунікації, зв'язки з громадськістю, моніторинг та аналіз медіа.

Медіадіяльність – подача інформації за допомогою усіх засобів масової комунікації: виступи із

заявами, брифінги, інтерв'ю, доступ представників ЗМІ до постійних та оперативних підрозділів.

Цифрова взаємодія – діяльність в Інтернеті та соціальних мережах.

Інформаційно-просвітницька діяльність спрямована на зацікавлення та розвиток відносин із тими, хто цікавиться військовими питаннями та діяльністю, взаємодія із підприємствами та організаціями.

Внутрішні комунікації направлені на полегшення спілкування між військовим та цивільним персоналом, а також їх сім'ями.

Зв'язки з громадськістю – взаємодія із цивільними громадами.

Моніторинг та аналіз медіа здійснюється для раннього попередження про можливі загрози та визначення ефективності проведених заходів та інформаційних кампаній [11, с. 3–4].

Необхідно зазначити, що в усіх проаналізованих системах зв'язків з громадськістю присутні зазначені напрями діяльності. Відмінність полягає лише в обсязі інформації та кількості заходів, які проводяться в тій чи тій країні. Проте ці показники пов'язані не так із побудовою системи ЗГ, як із фінансовою складовою.

Національні системи ЗГ характеризуються також відмінними від НАТО напрями діяльності, до яких необхідно віднести освітню та наукову діяльність. Хоча НАТО має окремо наукову програму дослідження у будь-якій галузі сектору оборони та безпеки – «Наука заради миру та безпеки» (Science for Peace and Security (SPS) [30], а також окрему «Програму удосконалення військової освіти» (Defence Education Enhancement Programme (DEEP) [15], але вони є більш загальними і стосуються усього оборонного сектору, а не лише зв'язків з громадськістю. У межах цих двох програм здійснюється навчання та наукова діяльність НАТО.

Особливості освітньої діяльності. В межах усіх розглянутих систем ЗГ при необхідності здійснюється первинна підготовка, а також перепідготовка фахівців із військових зв'язків з громадськістю. Це курси, які організовує або безпосередньо відповідний орган ЗГ, або за участі останнього. Деякі країни, такі як **США**, **Німеччина** та **Франція** у системі ЗГ мають окремі навчальні інститути, які займаються підготовкою фахівців. У США – Школа інформації збройних сил (Defense Information School (DINFOS) [16], у Німеччині – Академія інформації та комунікації (АІК) [31], у Франції – Школа іміджевих професій (École des Métiers de l'Image (EMI) [19].

Усі розглянуті країни можуть впливати на навчальні освітні програми в установах, де готують фахівців із військових зв'язків з громадськістю. Так, в Україні Управління зв'язків з громадськістю Збройних Сил **України** виступає з ініціативою створення окремої освітньої програми із «військових зв'язків з громадськістю» (освітні ступені бакалавр та магістр) для підготовки фахівців у вищих військових навчальних закладах.

Науковий супровід потрібен для успішного функціонування системи ЗГ, виявлення внутрішніх факторів, які заважають роботі, або зовнішніх факторів, які впливають на результативність системи. Усі розглянуті національні системи мають залучення наукової складової, або в систему безпосередньо включені установи, які займаються науковою роботою (Інформаційний центр Бундесверу (ZInfoABw) – **ФРН** [31], Управління з питань комунікацій та виробництва аудіовізуальної продукції Міністерства оборони Франції (ЕСРАД) – **Франція** [25]), або при необхідності можуть бути замовлені у фахових інституціях дослідження чи аудити окремих проблем чи потреб системи ЗГ.

Системи ЗГ кожної з аналізованих країн беруть участь в інформаційному супроводі наукових конференцій і заходів, присвячених темі безпеки та оборони.

Ще одним напрямом діяльності є робота із молоддю. Усі розглянуті країни приділяють значну увагу рекрутинговим (профорієнтаційним) заходам направленими на старшокласників та молодь. Проте в **США** та **Великій Британії** існує потужна система, яка займається ознайомленням дітей різного віку із військовою справою (бойскаути – США, скаути, бобри, цуценята тощо – Велика Британія). Хоча організацією військових таборів займаються добровільні організації, але інформаційний супровід та підтримка заходів входить в систему ЗГ. Так, сертифікат скаута замовляється на сайті Пентагону.

У **ФРН** сформований окремий інститут «молодіжних офіцерів», які розповідають про виклики безпекової політики (НАТО, ЄС), або дискутують на будь-які питання в оборонній галузі, що цікавлять молодь. Сфера їхньої діяльності – школи, університети, спеціалізовані групи, асоціації, а також масові заходи, де присутня молодь. Форми роботи: лекції, дискусії, семінари, симуляції конфліктів, гра з управління конфліктами, екскурсії до військових частин, установ ЄС та НАТО, що відповідають за оборонну політику, зустрічі з експертами, онлайн-заходи [21].

У **Данії** існує дві програми для старшокласників: «Check Point One» та «The Peace & Conflict Game», які у вигляді рольових ігор знайомлять із оборонною політикою Данії та всього світу. Також Медіацентр ЗС щороку видає книги та буклети з оборонної тематики, орієнтовані на молодь старших класів [10].

В **Естонії** додали модуль із різною службовою формою до популярної відеогри Minecraft (одна з найпопулярніших відеоігор у світі, в яку грають понад 125 мільйонів людей. Естонська спільнота оцінюється у 10 000 гравців, включаючи молодь. «Ми хочемо за допомогою ігрової діяльності викликати у молоді інтерес до сфери оборони», – наголошує керівник курсу молодший лейтенант Карл Альфред Баумейстер [22].

Кризові комунікації розглядаються невід’ємною частиною будь-яких комунікацій системи ЗГ. В окремих випадках країн передбачили процедуру перекладання керування кризовою комунікацією на вище військове керівництво. Як приклад, у **Франції**, у випадку оперативного використання збройних сил планує і керує кризовою комунікацією начальник штабу збройних сил, а служба ЗГ лише виконує його розпорядження [13].

Напрямок формування іміджу ЗС. Одним із найактуальніших питань є пошук і застосування ефективних засобів формування іміджу. У всіх проаналізованих системах ЗГ передбачається можливість створення власних проєктів, документальних та ігрових фільмів.

США залучилося підтримкою Голлівуду, і починаючи з 2002 року в кіноіндустрії створюються герої-військовослужбовці, які формують позитивне ставлення до американських збройних сил. Також на сторінці Пентагону є умови фінансування та допомоги ЗС при створенні фільмів [24].

Франція у межах системи ЗГ має окремий напрям «Місія кіно» – політика міністерства оборони щодо підвищення достовірності зображення армії та військових подій у фільмах та серіалах та донесення до французьких сімей інформації про реальність армії [28].

Україна також підтримує створення ігрових та документальних фільмів. Так, тільки у 2020 році ЗС взяли участь у створенні низки кінопроєктів: документальний фільм «Шлях Самурая», документальні проєкти «Бойові родини», «Народжена війною», «Терикони», «Уламки», художні фільми «4 брати», «Відблиск», «2014. Вторгнення».

III. Інструменти системи ЗГ.

Усі аналізовані системи ЗГ як інструментами власної діяльності використовують усі види

цивільних ЗМІ (друковані ЗМІ, телебачення, радіо, Інтернет ЗМІ, інформаційні агентства) для розповсюдження власного контенту.

Також усі країни активно використовують **Інтернет**: підтримують спеціалізовані сайти (міністерства, збройних сил, військових установ тощо), ведуть активну комунікаційну діяльність у різних соціальних мережах (не лише викладають інформацію, а й реагують на дописи).

Усі беруть участь у **ділових заходах**: форумах, конгресах, конференціях, семінарах, тренінгах, майстер-класах, круглих столах, виставках. Хоча треба зазначити, що через епідеміологічну ситуацію із COVID-19 значно скоротилася кількість проведених заходів в установах, натомість збільшилася кількість онлайн заходів.

Спеціальні заходи. У всіх країнах служби зв’язків з громадськістю організують та висвітлюють заходи, пов’язані із пам’ятними датами. В **Україні** щодня з 8:45 до 9:30 в «Залі пам’яті», розташованій на території МО, відбувається урочистий ритуал вшанування загиблих в боях за Україну військовослужбовців та добровольців. **Пентагон** влаштовує заходи з підняття прапора (передбачена можливість надати власний прапор, для участі у щоденній церемонії, після церемонії прапор із сертифікатом повертається власнику) [29].

Використання **військових ЗМІ**. Нижче наведена таблиця, яка показує наявність різних видів військових ЗМІ в системі ЗГ різних країн, а відтак їх використання для реалізації інформаційної політики.

Аналіз наявності військових медіа

	Телебачення	Радіо	Друковані ЗМІ	Специфічні види
США	+	+	+	Комунікаційна платформа DVIDS
Велика Британія	+	+	+	–
Франція	–	–	+	–
ФНР	–	–	+	–
Польща	–	–	+	–
Литва	–	–	+	–
Естонія	–	–	+	–
Данія	+/-	–	+	–
Ізраїль	–	–	–	–
НАТО	–	–	–	–
Україна	+/-	+	+/-	Інформаційне агентство АрміяInform

+/- – створення окремих програм, та підготовка сюжетів (для телебачення), а також видання друкованих ЗМІ без офіційної реєстрації.

Україна поруч із США та Великою Британією має власне військове виробництво теле- та радіо продукції. «Військове телебачення України» (ЦТРС Міноборони України) [2] та Телерадіостудія Міністерства оборони України «Бриз» [8], на відміну від військових медіа США та Великої Британії не забезпечують мовлення у форматі 24 години на добу, українські військові студії, так само як і в Данії, створюють окремі телевізійні проекти для загальнонаціональних каналів.

Водночас, військове радіо «Армія FM» (ЦТРС Міноборони України) [1] працює у форматі 24 години на добу (програмна сітка з 5:15 до 23:30). Мовлення ведеться в мережі Інтернет (Армія FM (256 кб/с), через супутник Astra 4A, а також у FM-діапазоні здійснюється аналогове мовлення у 27 містах, та цифрове мовлення у Києві. 30 жовтня 2021 року з'явився офіційний додаток Армія FM в Google Play, а у лютому 2022 року застосунок став доступний в AppStore. 3 січня 2021 року Армія FM запустила випуск програм на платформі SoundCloud.

Проблема є і з друкowanими військовими ЗМІ в Україні. На початку 2014 року в Україні виходили газети «Народна Армія», «Крила України», «Флот України», щотижневик «Україна Єдина» (для зони проведення АТО) та журнал «Військо України». У 2018 році на виконання Закону України «Про реформування державних і комунальних друкованих засобів масової інформації» [7] ці друковані ЗМІ припинили існування. Замість них було створено Інформаційне агентство АрміяInform [3]. На сьогодні деякі бригади випускають власні газети, але вони не є офіційно зареєстрованими, також у лютому 2021 року запустили журнал «Сухопутні війська України», хоча досі відсутня інформація про державну реєстрацію видання. Питання щодо відновлення виходу військової газети «Народна Армія» підіймалося на засіданні колегиї Міністер-

ства оборони (МО) 22 грудня 2020 року, коли було поставлено завдання відновити випуск газети до 1 жовтня 2021 року [5]. На початок 2022 року видання так і не було запущено.

У всіх аналізованих країнах (окрім України) військові друковані ЗМІ є достатньо потужними виданнями, які розраховані не лише на військових, а й на членів їх родин, а також на цивільних, які цікавляться військовою тематикою.

IV. Органи управління (вища підпорядкованість).

У США уся система зв'язків з громадськістю підпорядковується Помічнику міністра з питань зв'язків з громадськістю [18].

У Польщі усі зв'язки з громадськістю підпорядковані Службі соціальних комунікацій при Міністерстві оборони [14], у Франції Службі інформації та комунікації Міністерства оборони (DICO) [17].

У Великій Британії як і у ФРН система зв'язків з громадськістю розкидана між установами МО та ЗС, однак існує чітка інформаційна політика, яка регулює діяльність системи.

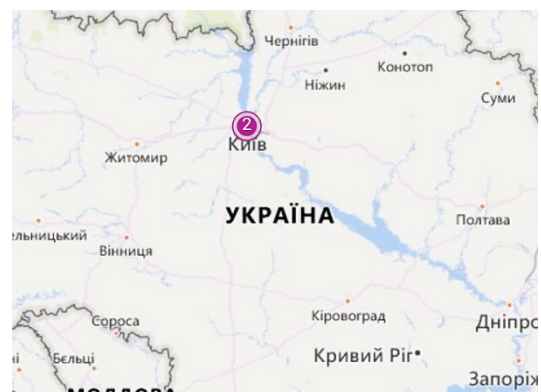
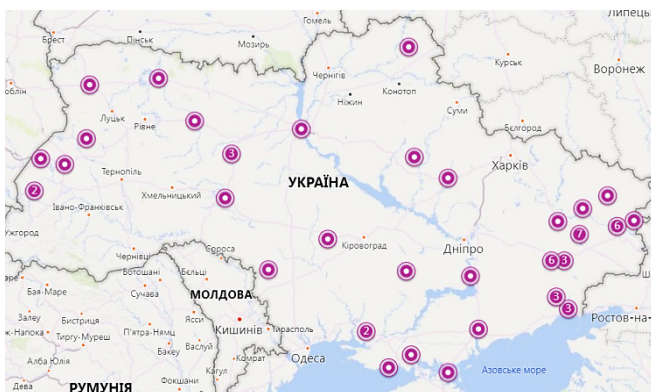
У Литві та Естонії міністр оборони відповідає за визначення основних напрямків діяльності установ системи зв'язків з громадськістю.

В Ізраїлі система ЗГ знаходиться у підпорядкуванні ЗС.

Система ЗГ ФРН зраз знаходиться на стадії трансформації: іде процес на збільшення впливу МО на інформаційну діяльність. У структурі затвердженій 1 липня 2021 року різні відділи зв'язків з громадськістю були введені до лінійної служби із прямим підпорядкуванням Міністру оборони [27].

У документах НАТО прописана чітка відповідальність. Найвищий щабель – *політичний рівень* (Північноатлантична рада визначає стратегічний напрям, генеральний секретар надає настанови

Мапа аналогового та цифрового мовлення



щодо стратегічних комунікацій усім цивільним та військовим органам і командуванням НАТО, пресекретар НАТО від імені Генерального секретаря забезпечує повсякденне керівництво всією медіадіяльністю штаб-квартир), далі *Військовий комітет НАТО* (визначає політику щодо військових зв'язків з громадськістю, голова військового комітету забезпечує військове керівництво зв'язками з громадськістю, а також розробляє та реалізовує заходи пов'язані із кризовими ситуаціями), *Міжнародний військовий штаб* (радник міжнародного військового штабу з зв'язків із громадськістю та стратегічних комунікацій консультує Військовий комітет з питань військових зв'язків з громадськістю та проблем стратегічних комунікацій, він також є речником (spokesperson) Військового комітету, а також сприяє взаємодії та координації між двома Стратегічними командуваннями: Військовим комітетом та Міжнародним штабом/Відділом публічної дипломатії з питань військових зв'язків з громадськістю), *стратегічні командування* (відповідно до вказівок НАТО забезпечує загальне керівництво військовими зв'язками з громадськістю в межах зони своєї відповідальності; Верховний головнокомандувач Об'єднаних сил в Європі (SACEUR) є головним військовим представником операцій НАТО, Верховний головнокомандувач з питань трансформації (SACT) є головним військовим представником з питань розвитку озброєння в НАТО, Головний офіцер із зв'язків з громадськістю (CRAO) Штабу верховного головнокомандувача Об'єднаних сил в Європі (SHAPE) на стратегічному рівні керує, планує та виконує задачі зі зв'язків із громадськістю для Оперативного командування об'єднаних збройних сил НАТО (АСО), чи забезпечує інші заходи, які проводяться за відповідним напрямком під керівництвом Верховного головнокомандувача Об'єднаних сил в Європі (SACEUR); *підпорядковані командування* (головні офіцери зі зв'язків із громадськістю командувальних оперативного та тактичного рівнів та організацій, підпорядкованих АСО та АСТ несуть відповідальність перед відповідними командирами за усі програми зі зв'язків з громадськістю та діяльність штабів) [11].

Головна проблема **української** системи ЗГ полягає у тому, що вона знаходиться у стадії формування. На сьогодні система розкидана між установами МО із підпорядкуванням заступнику міністра та Генеральним штабом ЗСУ із підпорядкуванням Головнокомандувачу.

Так, в структурі МО є *Директорат інформаційної політики у сфері оборони та стратегіч-*

них комунікацій (Директорат), а в структурі ГШ ЗСУ є *Управління стратегічних комунікацій Апарату Головнокомандувача Збройних Сил України (АГЗСУ)*. В документах прописано, що на *Управління стратегічних комунікацій АГЗСУ* покладено організацію та реалізацію заходів державної інформаційної політики у воєнній сфері, а також координацію і синхронізацію заходів стратегічних комунікацій Збройних Сил України. А *Директорат МО* призначений для: участі у формуванні, координації та моніторингу реалізації державної інформаційної політики з питань національної безпеки у воєнній сфері, сферах оборони та військового будівництва у мирний час та особливий період Міноборони, збройних сил та Держспецтрансслужби; забезпечення формування системи стратегічних комунікацій та визначення шляхів її становлення та розвитку в Міноборони, збройних силах та Держспецтрансслужбі як складової загальнодержавної системи стратегічних комунікацій; координації діяльності суб'єктів стратегічних комунікацій Міноборони, збройних сил та Держспецтрансслужби. У вересні 2020 року *Управління стратегічних комунікацій АГЗСУ* випустило Доктрину зі стратегічних комунікацій, мета якої була визначення місця стратегічних комунікацій у структурі ЗСУ. Доктрина стратегічних комунікацій в ЗСУ є, а в загальній системі безпеки і оборони України немає. Вбачається певна конкуренція між структурами МО та ЗС.

Висновки та пропозиції. Українська система зв'язків з громадськістю, як і усі проаналізовані системи мають спільну складову, щодо формування позитивного ставлення до армії, а також інформуванні громадськості про завдання та функції збройних сил.

Основними напрямками діяльності представлених систем ЗГ є медіадіяльність, цифрова взаємодія в Інтернеті, інформаційно-просвітницька діяльність, внутрішня комунікація, зв'язки з громадськістю, моніторинг та аналіз медіа, наукова діяльність, освітня діяльність, робота із молоддю, кризові комунікації, а також окрема діяльність по формуванню іміджу ЗС, а саме фінансування індустрії кіно.

Інструментами системи ЗГ виступають цивільні ЗМІ, Інтернет, ділові заходи, спеціальні заходи, а також військові ЗМІ. На відміну від більшості проаналізованих країн, в Україні з 2018 року відсутні військові друковані ЗМІ. До 2018 року були три спеціалізовані газети по родах військ та один журнал, а також оремо для зони проведення АТО виходив щотижневик «Україна

Єдина». Із військових медіа, які працюють у форматі 24 години на добу можна назвати лише радіо, трансляція якого ведеться на різних платформах мережі Інтернет, через супутник, у 27 містах у FM-діапазоні, у Києві ще у цифровому форматі DAB+, а також в мобільних застосунках. Повноцінне військове телебачення в Україні відсутнє, дві студії знімають телепрограми та ведуть проекти, які можна переглянути на Youtube каналах. Постійно ведуться перемовини, щодо включення програм МО в мовну сітку різних загальнонаціональних каналів.

Українська система ЗГ сумісна із проаналізованими системами, оскільки має ідентичні напрями діяльності та інструментарій. Однак, є проблеми з боку підпорядкування та дублювання функцій різними структурами МО та ЗСУ.

Україна продовжує формувати свою систему ЗГ Збройних Сил України. Лишається відкритим питання чітко визначеної інформаційної політики в сфері безпеки та оборони України (документ, який би регулював роботу усієї системи зв'язків з громадськістю не залежно від підпорядкування – Міністерству оборони чи Збройним Силам).

Список літератури:

1. Військове радіо «Армія FM» (ЦТРС Міноборони України). URL: <https://www.armyfm.com.ua/> (дата звернення: 10.02.2022).
2. Військове телебачення України (ЦТРС Міноборони України) URL: <https://www.armyfm.com.ua/v%D1%96jskove-tb/> (дата звернення: 10.02.2022).
3. Інформаційне агентство АрміяInform. URL: <https://armyinform.com.ua/> (дата звернення: 10.02.2022).
4. Методичний посібник з організації зв'язків з громадськістю у Збройних Силах України. Методичний посібник. – К. : ГШ ЗСУ, 2021 – 352 с.
5. Міноборони України відновить випуск газети «Народна Армія». *Ukrainian Military Pages*. URL: <https://www.ukrmilitary.com/2021/01/newspaper.ht> (дата звернення: 10.02.2022).
6. Про внесення змін до деяких законів України щодо відмови України від здійснення політики позаблоковості: Закон України від 23.12.2014. Дата оновлення: 08.07.2018. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/35-19#n11> (дата звернення: 10.02.2022).
7. Про реформування державних і комунальних друкованих засобів масової інформації : Закон України URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/917-19#Text> (дата звернення: 10.02.2022).
8. Телерадіостудія Міністерства оборони України «Бриз». URL: <https://www.facebook.com/TRKBriz/> (дата звернення: 10.02.2022).
9. A-600/1 Zentrale Dienstvorschrift. URL: <https://fragdenstaat.de/anfrage/anfrage-nach-ifg-zu-veranstaltungen-der-bundeswehr-in-schulen-jugendoffiziere/51303/anhang/A-600-1-V2.pdf> (дата звернення: 10.02.2022).
10. Åbent hus ved Søværnets Våbenkursus lørdag den 18. august 2012 URL:<https://www.forsvaret.dk/da/nyhedsarkiv/marinestaben/2012/abent-hus-ved-sovarets-vabenkursus-lordag-den-18.-august-2012/> (дата звернення: 10.02.2022).
11. ACO / ACT Public Affairs Handbook. May 2020. 280 p. URL: https://shape.nato.int/resources/3/website/PA_handbook.pdf (дата звернення: 10.02.2022).
12. Army Public Affairs. *U. S. Army*. URL: <https://www.army.mil/publicaffairs/> (дата звернення: 10.02.2022).
13. Décret n°98-641 du 27 juillet 1998 portant création de la délégation à l'information et à la communication de la defense. URL: <https://www.legifrance.gouv.fr/loda/id/JORFTEXT000000194116> (дата звернення: 10.02.2022).
14. Decyzja Nr 47/MON z dnia 26 marca 2019 r. w sprawie zasad realizacji polityki informacyjnej i funkcjonowania służby komunikacji społecznej w resorcie obrony narodowej. URL: https://www.dz.urz.mon.gov.pl/zasoby/dziennik/pozycje/tresc-aktow/pdf/2019/03/poz._56_dec._Nr_47-sig.pdf (дата звернення: 10.02.2022).
15. Defence Education Enhancement Programme (DEEP). *North Atlantic Treaty Organization*. URL: https://www.nato.int/cps/en/natohq/topics_139182.htm (дата звернення: 10.02.2022).
16. Defense Information School. URL: <https://www.dinfos.dma.mil/> (дата звернення: 10.02.2022).
17. Délégation à l'information et à la communication de la Défense (DICOd). Ministère des Armées. URL: <https://www.defense.gouv.fr/portail/ministere/organisation-du-ministere-des-armees/organisation-du-ministere-des-armees/organismes-dependant-du-ministre/delegation-a-l-information-et-a-la-communication-de-la-defense-dicod> (дата звернення: 10.02.2022).
18. DoD directive 5122.05. URL: https://www.esd.whs.mil/Portals/54/Documents/DD/issuances/dodd/512205_dodd_2017.pdf?ver=2017-08-07-125832-023 (дата звернення: 10.02.2022).
19. École des Métiers de l'Image (EMI). URL: <https://www.ecpad.fr/emi/> (дата звернення: 10.02.2022).
20. IDF. URL: <https://cutt.ly/BOHS0kr> (дата звернення: 10.02.2022).

21. Jugendoffiziere und-offizierinnen der Bundeswehr URL: <https://www.bundeswehr.de/de/ueber-die-bundeswehr/jugendoffiziere> (дата звернення: 10.02.2022).
22. Kaitseväe vormi saab nüüdsest kanda ka videomängus Minecraft. URL: <https://mil.ee/uudised/kaitsevae-vormi-saab-nuudsest-kanda-ka-videomangus-minecraft/> (дата звернення: 10.02.2022).
23. Krašto apsaugos sistemos viešųjų ryšių gairės, 2011, V-1467.
24. Lange K. How & Why the DOD Works With Hollywood. URL: <https://www.defense.gov/News/Inside-DOD/Blog/Article/2062735/how-why-the-dod-works-with-hollywood/> (дата звернення: 10.02.2022).
25. L'ЕСРАD. URL: <https://www.espad.fr/presentation/> (дата звернення: 10.02.2022).
26. Ministry of Defence (United Kingdom). URL: <https://www.gov.uk/government/organisations/ministry-of-defence> (дата звернення: 10.02.2022).
27. Organisationsplan BMVg – Stand: 1. Juli 2021 URL: <https://www.bmvg.de/resource/blob/11902/b538946647b9602e43b72261356f6067/download-organigramm-data.pdf> (дата звернення: 10.02.2022).
28. Présentation Mission Cinéma.pdf. *Ministère des Armées*. URL: <https://www.defense.gouv.fr/portail/mission-cinema/documentation/documentation> (дата звернення: 10.02.2022).
29. Public Affairs & Community Engagement U.S. *Department of Defense*. URL: <https://www.defense.gov/Help-Center/listing/Category/16423/#public-affairs> (дата звернення: 10.02.2022).
30. Science for Peace and Security. *North Atlantic Treaty Organization*. URL: <https://www.nato.int/cps/en/natolive/78209.htm> (дата звернення: 10.02.2022).
31. Zentrum Informationsarbeit Bundeswehr. *BUNDESWEHR*. URL: <https://www.bundeswehr.de/de/organisation/streitkraeftebasis/organisation/streitkraefteamt/zentrum-informationsarbeit-bundeswehr> (дата звернення: 10.02.2022).

Grydchyna V. V. COMPARATIVE ANALYSIS OF THE SYSTEM OF PUBLIC AFFAIRS OF THE ARMED FORCES OF UKRAINE AND THE MILITARY PUBLIC AFFAIRS NATO

The article provides a comparative analysis of the public affairs system of the Armed Forces of Ukraine and NATO, as well as NATO member countries of the United States, Great Britain, France, Germany, Poland, Denmark, Lithuania, Estonia and NATO ally Israel.

A comparative analysis was conducted to determine the compatibility of the public affairs system of the Armed Forces of Ukraine with similar systems of NATO member countries. This is due to Ukraine's desire to join the North Atlantic Treaty Organization. Ukraine needs to meet NATO standards to join. The public affairs system is also governed by NATO documents.

The main method of research was a comparative analysis, which was applied to the public affairs systems of different countries and the North Atlantic Treaty Organization.

The system of public affairs was compared by parameters: 1) mission (strategic goals, main tasks of public affairs); 2) areas of activity; 3) tools of the public affairs system; 4) governing bodies (higher subordination).

The analysis showed the compatibility of the analyzed public affairs systems. All systems have a similar mission (creating a positive image of the army), as well as the same activities (Media Activities, Digital Engagement, Outreach Activities, Internal Communications, Community Relations, Media Monitoring and Analysis, Scientific Activity, Education Activities, Youth Work, Crisis Communications, Film Industry financing) and tools (Civilian Media, Internet, Business Events, Special Events, and Military Media).

Ukraine is at the stage of forming a system of military public affairs. The governing bodies are both in the Ministry of Defense of Ukraine and in the General Staff of the Armed Forces of Ukraine.

Key words: *military public affairs system, army, Ukraine, NATO, NATO member countries, Israel, comparative analysis.*