

НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ВОДНОГО ГОСПОДАРСТВА ТА
ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ
НАВЧАЛЬНО-НАУКОВИЙ ІНСТИТУТ ЕКОНОМІКИ ТА
МЕНЕДЖМЕНТУ
КАФЕДРА ЖУРНАЛІСТИКИ ТА УКРАЇНОЗНАВСТВА

**«МІЛІТАРІ CODE»: ІНФОРМАЦІЙНО-РОЗВАЖАЛЬНИЙ ЖУРНАЛ
ПРО СЛУЖБОВО-БОЙОВУ ДІЯЛЬНІСТЬ ВІЙСЬКОВОЇ ЧАСТИНИ 3055
НАЦІОНАЛЬНОЇ ГВАРДІЇ УКРАЇНИ**

**Бакалаврська кваліфікаційна
робота (проект)**

студентки групи ЖУРз-41
освітньої програми «Журналістика»
спеціальності 061 «Журналістика»

Токаревої Дар'ї Григорівни

Керівник – Малевич Л.Д., кандидат
філологічних наук, доцент,
завідувач кафедри
журналістики та українознавства

Рецензент – Фінклер Ю.Е.,
доктор філологічних наук, професор,
професор кафедри журналістики та
українознавства

ДОПУЩЕНО ДО ЗАХИСТУ

Завідувач кафедри _____ Л.Д. Малевич

Протокол засідання кафедри №12

від 23.05.2025

Рівне 2025

ЗМІСТ

I. ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА

1. Теоретичні засади військової журналістики.....	3
1.1. Сутність і специфіка військової журналістики.....	3
1.2. Історичні аспекти та міжнародний досвід	3
1.3. Український контекст: становлення та виклики.....	3
Висновки до розділу.....	Error! Bookmark not defined.
1.2. Обґрунтування проєкту	5
1.3. Мета і завдання роботи	9
1.4. Специфіка аудиторії	10
1.5. Технічні і програмні засоби	12
1.6. Сфера застосування.....	12
1.7. Висновки.....	13
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	16

1. Теоретичні засади військової журналістики

1.1. Сутність і специфіка військової журналістики

Військова журналістика — це галузь масової комунікації, що висвітлює питання, пов'язані з воєнними конфліктами, безпекою, армією, а також з життям на фронті й у прифронтових регіонах. Її головна мета — оперативно та об'єктивно інформувати суспільство про перебіг бойових дій, стан армії, захист цивільного населення та міжнародні аспекти збройного конфлікту [1, с. 12].

На відміну від політичної чи економічної журналістики, військова має свою специфіку:

- висока ризикованість роботи;
- етичні дилеми;
- обмеження, пов'язані з військовою таємницею;
- психоемоційне навантаження.

Журналіст у цьому жанрі має бути не просто «спостерігачем», а комунікатором між армією, державою та суспільством.

1.2. Історичні аспекти та міжнародний досвід

Світова військова журналістика має глибокі історичні корені. Відомим вважається приклад британського журналіста Вільяма Говарда Рассела, який під час Кримської війни 1853–1856 років надсилав репортажі для газети The Times [4, с. 36]. У XX столітті вона стала впливовим інструментом масової мобілізації, особливо під час Другої світової війни та війни у В'єтнамі.

На початку XXI століття війни в Іраку та Афганістані продемонстрували нові підходи — embedded journalism (журналісти, «вмонтовані» в армійські підрозділи). Це забезпечувало доступ, але породжувало питання об'єктивності [4, с. 38; 5, с. 93].

1.3. Український контекст: становлення та виклики

В Україні військова журналістика почала активно розвиватися з 2014 року. Репортажі з фронту, історії героїв, документальні фільми — усе це стало основою

нової журналістської культури. З початком повномасштабного вторгнення 2022 року посилилась роль цифрових форматів, блогерів та мобільних репортерів [2, с. 44; 3, с. 26]. Зросли вимоги до журналістської етики та безпеки: були створені курси з медичної підготовки, введено систему акредитації, посилено контроль за оприлюдненням матеріалів, що можуть зашкодити армії.

Особливості українського підходу включають: репортажі з фронту, медіапроекти, цифрові стріми, а також міжнародне визнання – наприклад, Пулітцерівська премія за фоторепортаж з Маріуполя (2023) [3, с. 27].

Військова журналістика – це не лише інформування, а й боротьба за правду в умовах інформаційної війни. В Україні вона перетворилася на самостійний фронт – інформаційний. Цей вид журналістики потребує професійної підготовки, глибокої етики та міжнародної підтримки. У практичній частині роботи буде проаналізовано структуру, цілі, аудиторію та зміст військового журналу як сучасного інформаційного продукту в умовах війни.

1.4. Актуальність проєкту

Актуальність проєкту полягає у створенні оригінального військового журналу, який задовольнятиме суспільний запит на інформацію про службу у лавах Національної гвардії, підготовку особового складу рівненського підрозділу Національної гвардії та роботу на фронті, різноманітні волонтерські ініціативи та роботу з громадськістю.

У сучасних умовах повномасштабної війни Росії проти України особливого значення набуває роль військової журналістики. Вона не лише інформує суспільство про події на фронті, а й формує національну свідомість, підтримує бойовий дух військовослужбовців та зміцнює довіру громадян до Сил оборони України.

Військовий журнал, як спеціалізоване медіа, виконує важливу просвітницьку, аналітичну й мотиваційну функцію, слугуючи джерелом правдивої інформації з передової та глибоким архівом воєнної хроніки.

Створення якісного військового журналу вимагає поєднання журналістських стандартів із розумінням специфіки армійського життя, оперативної ситуації, психологічного стану військових та запитів цивільного суспільства. Тому розробка концепції та контентної моделі військового журналу є актуальним і своєчасним завданням, яке відповідає потребам Сил оборони України, медійної сфери та інформаційної безпеки держави в умовах війни.

1.5. Обґрунтування проєкту

Військовий журнал «Мілітарі CODE» – це щоквартальне глянцеве видання про службово-бойову діяльність рівненського підрозділу Національної гвардії України, яка поєднує офіційну інформацію з елементами внутрішньої комунікації, підвищення мотивації та згуртування особового складу, розраховане на широку аудиторію. Такий журнал має важливе значення не лише як засіб інформування, а й як інструмент формування корпоративної культури, підвищення морального духу та зміцнення командного духу в підрозділі.

Концепція видання передбачає досягнення таких цілей:

1. Формування позитивного іміджу підрозділу:

Через яскраву подачу матеріалів, фотозвіти, розповіді про героїчні або буденні, але важливі події журнал сприяє зміцненню авторитету підрозділу серед військовослужбовців та цивільного населення.

2. Інформаційна відкритість та внутрішня комунікація:

Журнал дозволяє доступно та зрозуміло інформувати особовий склад про поточні події, зміни, досягнення, плани, ініціативи керівництва, тощо.

3. Психологічна підтримка та мотивація:

Публікації про досягнення військовослужбовців, інтерв'ю, особисті історії, розділи гумору, творчості та дозвілля мають позитивний вплив на морально психологічний стан військовослужбовців.

4. Збереження історії та традицій:

Через публікацію матеріалів про минулі операції, вшанування пам'яті загиблих, відзначення свят і подій журнал сприяє збереженню бойових традицій.

5. Соціальна інтеграція та згуртування:

Журнал створює платформу для залучення військовослужбовців до спільної творчості – фото, статті, вірші, малюнки, що підвищує відчуття єдності та незалежності до спільної справи.



Рис.1. Обкладинка журналу «Мілітарі CODE»

З огляду на концепцію журналу було розроблено **структуру видання**, яка передбачає такі складові елементи:

- яскраві обкладинки з вдало підібраними виразними фотографіями;

- колонка головного редактора «Слово редактора», яка анонсує зміст номера;
- різножанрові матеріали, згруповані за рубриками;
- фоторепортажі з фронту;
- рекламні матеріали про можливість служби у війську.



Рис.2. Колонка головного редактора журналу «Мілітарі CODE»

Для практичного втілення вищезазначених цілей, було розроблено рубрикацію журналу:

- ДНК МУЖНОСТІ
- ЖІНКИ В АРМІЇ

- БОЙОВА МАЙСТЕРНІСТЬ
- КОЛИ АРМІЯ – ЦЕ МИ
- ПІСЛЯ ВОГНЮ
- РЕКРУТИНГ
- ХВОСТАТІ ПОБРАТИМИ
- В ОКОПІ З УСМІШКОЮ
- СТОРІНКИ ПАМ'ЯТІ
- НАЦІОНАЛЬНО-ПАТРІОТИЧНЕ ВИХОВАННЯ МОЛОДІ



Рис. 3. Матеріал у рубриці «Хвостаті побратими» в журналі «Мілітарі CODE»

Графічний дизайн, кольорова гама не просто транслиують сучасні тенденції оформлення продуктів журнальної медіаіндустрії, а й враховують особливості брендингу системи, розробленої Національною гвардією України.

1.6. Мета і завдання роботи

Мета проєкту – створення сучасного інформаційно-розважального журналу, який висвітлює службово-бойову діяльність військової частини 3055 Національної гвардії України з метою інформування громадськості, популяризації діяльності підрозділів НГУ, підвищення іміджу та престижу військової служби, формування патріотичної свідомості, а також надання морально-психологічної підтримки особовому складу через публікацію актуальних новин, історій з передової, інтерв'ю, аналітики та розважального контенту.

Основні завдання роботи:

1. Визначити специфіку журналу як медіапродукту військової журналістики;
2. Проаналізувати розвиток військових періодичних видань та особливості її функціонування в Україні;
3. Розробити концепцію та специфіку військового журналу, сформувати його структуру, визначити рубрикацію, стиль і дизайн;
4. Обрати жанрове наповнення для подання матеріалів;
5. Сформувати перший примірник журналу в повному обсязі.

Об'єкт дослідження – формування концепції, структури, розроблення рубрикації, стилю і дизайну, добір текстових форм і жанрів для подання контенту військового журналу про службово-бойову діяльність рівненського підрозділу НГУ.

Предмет дослідження – процес створення сучасного медіа-продукту – журнального видання у галузі військової журналістики з метою розвитку та розкриття службово-бойової діяльності рівненського підрозділу Національної гвардії України в інформаційно-розважальному журналі, а також їх вплив на

формування громадської думки, підвищення бойового духу та патріотичної свідомості.

Журнал розроблено з урахуванням сучасних вимог і стандартів веб-дизайну та інформаційного представлення. Всі матеріали, зокрема статті, фотографії тощо, перевіряли та редагували перед публікацією.

Після випуску журналу було проведено вивчення реакції представників аудиторії видання та збір фідбеку, отримані коментарі, відгуки було детально проаналізовано.

Інформація про реакцію аудиторії, її інтереси та потреби буде використано для планування майбутніх випусків журналу та вибору матеріалів. Апробація є важливим етапом у розвитку журналу, що дає змогу оцінити його ефективність, залучення аудиторії та відповідність потребам читачів. З урахуванням отриманого фідбеку журнал зможе постійно вдосконалюватися та адаптуватися до змін у суспільстві та очікувань аудиторії.

1.4. Специфіка аудиторії

Аудиторія журналу є широкою, але водночас чітко сегментованою за інтересами до військово-патріотичної тематики. Основні цільові групи такі:

1. Військовослужбовці Національної гвардії України як контрактної, так і служби по мобілізації, які зацікавлені в оперативній інформації, професійних порадах, історіях бойових буднів, прикладах героїзму та засобах морально-психологічної підтримки.
2. Члени родин військовослужбовців, для яких журнал є джерелом розуміння служби їхніми рідними, підтримки, морального зв'язку та гордості за близьких.
3. Молодь та потенційні кандидати на службу, які через змістовний і привабливо поданий контент можуть сформувати позитивне ставлення до військової служби та патріотизму.

4. Широка цивільна аудиторія, яка цікавиться питаннями національної безпеки, героїзмом українських захисників та подіями, пов'язаними з обороною держави.
5. Журналісти, аналітики, науковці – як професійна аудиторія, що може використовувати матеріали журналу для досліджень у сфері безпеки, комунікації та військової справи.

Специфіка аудиторії журналу «Мілітарі CODE» має багаторівневу структуру з різними інформаційними запитами, однак усіх об'єднує спільний інтерес до правдивого та емоційного висвітлення бойової служби підрозділу, підтримка бойового духу та національної єдності, формування довіри до Національної гвардії України як інституції.

Ця різноманітність аудиторії вимагає від редакції журналу уважного аналізу та адаптації контенту для відповідності потребам і очікуванням різних груп. Для цього можуть використовуватися різноманітні підходи до створення контенту, включаючи розмаїття тематичних рубрик, подачу інформації в різних форматах (текст, фото, у перспективі – відео на сайті), а також активну взаємодію з аудиторією через опитування, обговорення та залучення до участі у створенні контенту.

Важливою складовою частиною роботи успішного журналу є цілісна редакційна концепція, яка поєднує функції ЗМІ, моральної підтримки, платформи комунікації та засобу патріотичного впливу, адаптована під потреби як військових, так і цивільних. Журнал має бути джерелом перевіреної інформації про діяльність військової частини, події з передової, успіхи та досягнення, що формують довіру читача. Контент повинен сприяти підвищенню морального духу, гордості за свою службу, посиленню національної ідентичності та єдності. Публікації мають допомагати військовим та їхнім родинам долати виклики служби – через приклади подолання, слова підтримки, розуміння й емпатію. Успішний журнал не тільки інформує, а й розвантажує емоційно: через гумор, культурні матеріали, тощо. Обов'язково повинна бути

наявність каналів зворотнього зв'язку, можливість долучити читачів до створення контенту.

1.5. Технічні і програмні засоби

Для успішної реалізації проєкту журналу «Мілітарі CODE» використано різноманітні технічні і програмні засоби, які забезпечують ефективне створення, редагування та публікацію контенту, а також взаємодію з аудиторією та аналіз її реакції. Основні засоби включають:

1. Текстовий редактор Microsoft Office Word використовували для форматування тексту, зміни шрифтів, таких як статті, описи, заголовки та інші нескладні текстові операції.
2. Adobe Illustrator – це векторний графічний редактор, призначений для створення та редагування графічних елементів, таких як логотипи або ілюстрації.
3. Adobe Photoshop є найпопулярнішим інструментом у професійному графічному дизайні, який використовується для редагування фотографій, створення графічних елементів, оброблення зображень та застосування різних ефектів до них.

1.6. Сфера застосування

Журнал «Мілітарі CODE» має широкий спектр застосувань і спрямований на свідомих, патріотично налаштованих громадян, які хочуть бути ближчими до реалій служби, цінують подвиг захисників та прагнуть глибше розуміти сучасну оборонну справу України. Він відповідає потребам різних груп користувачів та має такі сфери застосування:

1. Внутрішньо-інституційна комунікація: інформування особового складу про актуальні події, досягнення, новини підрозділу. Формування корпоративної культури та бойового духу. Засіб внутрішнього згуртування та підтримки морально-психологічного стану військовослужбовців.

2. Громадське інформування та іміджева діяльність: підвищення рівня обізнаності цивільного населення про діяльність військової частини. Формування позитивного іміджу НГУ в суспільстві. Протидія інформаційним впливам ворога через правдиву та патріотичну інформацію.
3. Освітня та патріотично-виховна робота: використання в закладах освіти для національно-патріотичного виховання молоді. Популяризація військової служби серед учнів та студентів.
4. Комунікація з родинами військовослужбовців: надання родинам можливості дізнатися більше про службу їхніх рідних. Зміцнення довіри, моральної підтримки та емоційного зв'язку між військовими і цивільним середовищем.
5. Матеріали для досліджень та медіааналітики: джерело для журналістів, аналітиків, науковців, які вивчають військову справу, безпекові комунікації, інформаційний фронт. Архівний матеріал для історичного документування діяльності військової частини 3055 Національної гвардії України.

1.7. Висновки

Проект журналу «Мілітарі CODE» має високий суспільний комунікаційний потенціал, як платформа для висвітлення діяльності Національної гвардії України, зміцнення морального духу особового складу та формування позитивного іміджу військової служби.

Журнал виконує низку важливих функцій:

інформаційну – донесення актуальних новин і аналітики;

виховну – формування патріотичних цінностей;

мотиваційну – піднесення бойового духу;

соціальну – зміцнення зв'язку між військовими та суспільством.

Видання «Мілітарі CODE» у сучасних умовах гібридної війни та інформаційного протистояння може стати важливим інструментом інформаційної стійкості, протидії ворожим наративам і консолідації

українського суспільства довкола спільної мети – перемоги й захисту державності.

Крім того, проєкт може вплинути на підвищення міжнародного престижу України та привернення уваги закордонних партнерів. Він може стати інструментом висвітлення хроніки бойових дій та внутрішньої комунікації.

Для реалізації проєкту використовувалися різноманітні технічні та програмні засоби, такі як, Adobe Photoshop, текстовий редактор Microsoft Office Word та інші. Ці інструменти дозволили створити оригінальний, привабливий та інформативний журнал, який задовольняє потреби аудиторії.

Цільова аудиторія журналу «Мілітарі CODE» є різноплановою, об'єднуючи військовослужбовців, членів їхніх родин, цивільне населення, представників інших Сил оборони України.

Застосування журналу «Мілітарі CODE» охоплює поширення інформації про службово-бойову діяльність рівненського підрозділу Національної гвардії України.

Журнал «Мілітарі CODE» є багатограним та стратегічно важливим як для самої Національної гвардії України, так і для українського суспільства загалом. Робота над журналом вимагає творчого підходу, командної співпраці та уважного ставлення до потреб аудиторії, що дозволяє забезпечити якісний та цікавий продукт для читачів.

Загалом інформаційно-розважальний журнал про службово-бойову діяльність рівненського підрозділу Національної гвардії України «Мілітарі CODE» виконує функцію офіційного і водночас доступного каналу комунікації між Національною гвардією та громадськістю. Видання доносить правдиву інформацію про діяльність, досягнення та виклики рівненського підрозділу НГУ. Журнал сприяє формування почуття національної гідності, гордості за захисників та служить інструментом моральної підтримки, як для військових, так і для цивільного населення. Мотивує молодь до служби, захисту держави та активної громадянської позиції. «Мілітарі CODE» документує події, історії,

персоналії та будні захисників – як хроніку сучасної боротьби; сприяє збереженню національної пам’яті та військової історії.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Грабовський С. *Військова журналістика: досвід та перспективи*. Київ : Інститут журналістики, 2019. С. 12–18.
2. Пархоменко А. *Воєнна преса: історія та сучасність*. Харків : ХНУ, 2020. С. 44–52.
3. Симоненко В. *Журналістика в умовах війни: виклики та адаптація*. Львів : Видавництво ЛНУ, 2023. С. 25–30.
4. Tumber H., Webster F. *Journalists Under Fire: Information War and Journalistic Practices*. London: Sage Publications, 2006. P. 36–42.
5. Allan S. *News Culture* (3rd ed.). McGraw-Hill Education, 2010. P. 91–98.