

## **ПРАВИВИЛА ПОВОДЖЕННЯ ІЗ ЗМІ: ЛІНГВІСТИЧНО-ПРАВОВИЙ АСПЕКТ**

*Тарасенко О. Д., Гаманюк Л.О.  
Військова академія, м. Одеса*

У вищих навчальних закладах України при вивченні дисципліни «Українська мова (за професійним спрямуванням)» останнім часом велика увага приділяється вивченню таких жанрів ділового спілкування як інтерв'ю, участь у телепередачі, зокрема у Військовій академії (м. Одеса).

Причиною цього є постійна участь навчального закладу у різноманітних заходах та проведення різнобічної роботи із залученням ЗМІ. Практика показує, що курсанти, учасники інтерв'ю не завжди на належному рівні беруть участь у зазначених жанрах ділового спілкування. Окрім цього, курсанти, військовослужбовці повинні знати правила проведення інтерв'ю у зоні проведення антитерористичної операції (АТО). Все сказане і визначає актуальність даної теми. Так, у нашій роботі ставимо за мету: презентувати правила поведження із ЗМІ у зоні АТО.

Велику увагу такому жанру ділового спілкування приділяє Шевчук С. В. у навчальних посібниках «Ділове мовлення для державних службовців», «Українське професійне мовлення», «Українське професійне мовлення» тощо. Але у вищезазначених джерелах не представлено правил поведження військовослужбовців із представниками ЗМІ.

Так, вивчивши правила проведення зборів за джерелом «Керівництво для командира роти (взводу, відділення) з питань боротьби з повстанцями (незаконними збройними формуваннями НЗФ)» вважаємо, що їх треба знати всім військовослужбовцям та використовувати під час виконання службових обов'язків.

Мас-медіа має можливість поширювати інформацію як в середині країни перебування, так і у всьому світі. Телебачення, газети та журнали поширюють інформацію (правдиву чи неправдиву) для широкої аудиторії. Вони можуть бути упередженими і сенсаційними, можуть допомагати вашій справі або знищити її. Знову ж, ними не можна управляти або маніпулювати. Але ви можете надати їм доступ до тієї інформації, яку ви хочете поширити. Репортери – це професіонали з великим досвідом роботи, що легко можуть розкрити брехню і довести це до аудиторії. Для вас це може стати гарною нагодою отримати підтримку і донести до міжнародної спільноти те найкраще, що виробите. Або вони можуть стати для вас найлютішим ворогом у вашій справі. Результат співпраці залежить від того, як ви ставитесь до мас-медіа/ЗМІ. Деякі принципи роботи з мас-медіа: говори правду; не приховувати факти, щоб захистити свою місію. Якщо ваш підрозділ допускає помилки, будьте чесними з людьми і нехай вони знають, які дії ви приймаєте у цьому випадку, щоб виправити помилку. Спілкуйтесь з представниками ЗМІ та надайте їм доступ до того, що ви робите; «рекламуйте» свої дії, зусилля в

галузі прав людини, які ви прикладаєте, і чесно відповідайте на їхні запитання. Не кажіть зайвого; якщо ви командир відділення, розповідайте журналістам тільки про ваше відділення і його завдання. Будьте готові спілкуватись з представниками ЗМІ, як варіант призначити відповідальну особу для цієї мети. На ротному рівні, слід призначити одного військовослужбовця для підтримання контактів з офіцером, що відповідає за зв'язки з громадськістю та координує діяльність засобів масової інформації. Але в жодному разі не можна розповідати про заходи щодо безпеки підрозділу. Переконайтесь, що журналісти зрозуміли діючі вимоги для підтримки належного рівня безпеки на базі та правила доступу до службових приміщень. Зрештою, ваші дії будуть говорити голосніше, ніж ваші слова. Не виключно, що деякі медіа-агентства будуть намагатися дискредитувати ваші дії. Але більшість легітимних газет та радіомовних програм повідомляє те, що вони бачать і розуміють. Ваше завдання полягає в наданні точної інформації, захисту конфіденційної інформації, поширення інформації, що стосується тільки вас і вашого підрозділу та говорити тільки те, що ви дійсно збираєтесь робити.

Правила спілкування з представниками ЗМІ: не розголошувати секретну або детальну інформацію щодо проведення операцій; не надавати інформації щодо тактики військ, що використовується; не давайте специфічні дані щодо втрат серед особового складу і ОБТ; поділіться вашою мужністю, покажіть відсутність страху; ніколи не сумуйте публічно за втраченими товаришами.

Міркування щодо інформаційних операцій, у боротьбі з повстанцями, інформаційні операції – це свого роду маркетинг. Ваша служба і виконання завдань, як новий продукт, який потребує реклами, щоб люди дізналися про нього.

І для того, щоб люди купили цей продукт, він повинен бути якісним. Ви «продаєте» свій підрозділ, діяльність вашого підрозділу і ваші повідомлення місцевому населенню і, дуже ймовірно, всьому світу.

Інформаційна мета (Яке повідомлення Ви надсилаєте при виконанні конкретного завдання?): встановлення домінуючого положення; забезпечення безпеки; гарантування верховенства права; досягнення тактичної переваги; забезпечення функціонування державної служби; знищення повстанців.

Мінімізація побічних втрат.

Які заходи Ви вживаєте?

Як Ви забезпечуєте виконання цих заходів?

Що ви робите, щоб повідомляти про це?

Контроль та турбота про цивільне населення.

Які заходи вживаються для контролю «випадкових свідків» під час проведення операцій?

Які заходи вживаються для допомоги мирним мешканцям, які постраждали в результаті ваших дій?

Контроль та догляд за полоненими та пораненими повстанцями

Рекламні засоби

Жінки. Жінки відіграють важливу роль у боротьбі з повстанцями. В багатьох культурах жінки є неприступними і не повинні розмовляти з чужими жінками, особливо військовими. Ви повинні прийняти як культурні особливості, так і місце жінки, яке вона займає в суспільстві. У багатьох культурах більш надійними і шановними членами сім'ї та громади, тому жінки мають великий вплив на думку родини, племені і села.

Не менш важливим є питання щодо акредитації представників ЗМІ.

Служба безпеки України оприлюднила документ для ЗМІ «Порядок акредитації представників засобів масової інформації при оперативному штабі з управління антитерористичною операцією в Донецькій і Луганській областях».

З метою сприяння роботі журналістів щодо інформування громадськості про перебіг подій на Сході України прес-центром СБУ здійснюється акредитація представників засобів масової інформації при оперативному штабі з управління антитерористичною операцією в Донецькій і Луганській областях. Для отримання акредитації необхідно надіслати до СБУ лист на бланку ЗМІ з проханням акредитувати відповідних працівників. У листі необхідно вказати прізвище, ім'я, по батькові, посади представників ЗМІ, їх контактні телефони, а також зазначити термін відрядження. Лист має бути підписаний керівником ЗМІ та засвідчений печаткою. До листа необхідно додати копії паспорту (1–2 сторінка) представника ЗМІ, який акредитується, та його журналістського посвідчення.

Відповідно до Закону України «Про боротьбу з тероризмом» у районі проведення антитерористичної операції контакти з представниками засобів масової інформації здійснюють керівник оперативного штабу або визначені ним особи.

Законні вимоги учасників антитерористичної операції є обов'язковими для громадян і посадових осіб.

Забороняється поширення через засоби масової інформації або в інший спосіб інформації, яка:

- розкриває спеціальні технічні прийоми і тактику проведення антитерористичної операції, містить дані про місце знаходження операції;
- може утруднити проведення антитерористичної операції і (або) створити загрозу життю та здоров'ю заручників та інших людей, які знаходяться в районі проведення зазначеної операції або за його межами;
- має на меті пропаганду або виправдання тероризму, містить заклики до вчинення терористичних актів або висловлювання осіб, які чинять опір чи закликають до опору проведенню антитерористичної операції;
- містить дані про предмети та речовини, які безпосередньо можуть бути використані для вчинення актів технологічного тероризму;
- розкриває дані про персональний склад співробітників спеціальних підрозділів та членів оперативного штабу, які беруть участь у проведенні антитерористичної операції, а також про осіб, які сприяють проведенню зазначеної операції (без їх згоди).

На території табору поселення забороняється проводити зйомки без попередньої згоди з керівництвом.

Переміщатись по території табору поза визначених відповідальним за розміщення журналістів місць без попереднього узгодження край не бажано.

Всі дії працівників ЗМІ на території проведення АТО погоджувати з представниками прес-групи та керівником оперативного штабу антитерористичної операції.

У міжнародній практиці вироблено етичні норми професійної діяльності журналістів в умовах проведення антитерористичної операції. Журналістам, які беруть участь у висвітленні дій компетентних органів з припинення терористичної діяльності, зазвичай рекомендується:

- не брати інтерв'ю у зловмисників та не надавати їм ефір без попередньої санкції керівника оперативного штабу антитерористичної операції;

- негайно передавати в оперативний штаб отримані відомості, які можуть посприяти порятунку людей у ході антитерористичної операції;

- за для безпеки заручників утриматися від повідомлення персоналізованих даних про них до завершення антитерористичної операції;

- уникати коментарів, що можуть спровокувати зловмисників до вчинення нових протиправних дій;

- уникати опису стану жертв, подробиць біографії останніх;

- не поширювати інформацію, що пропагує насилля, тероризм, расову ворожнечу;

- поважати національні й релігійні почуття громадян.

Керівникам засобів масової інформації, які відряджають своїх працівників у район проведення антитерористичної операції, слід усвідомлювати можливі ризики.

Журналістам, котрі працюють у «гарячих точках», необхідно дбати про власну безпеку і мати при собі засоби індивідуального захисту (бронежилет, каску); 2 мобільних телефони, акумулятор для їх підзарядки та, бажано, рації; аптечку або медичну сумку та вміти нею користуватись; знати на пам'ять номери телефонів прес-групи оперативного штабу АТО та редакції, в якій працюють; орієнтуватися на місцевості та знати маршрути в населених пунктах, де проводитимуться зйомки, а також місце знаходження будівель екстрених служб та медичних закладів; уникати ситуацій, пов'язаних з невиправданим ризиком для їхнього життя і здоров'я, та не наражати на небезпеку інших людей.

Якщо представник ЗМІ вже був акредитований (має прес-картку АТО) і у нього спливає шестимісячний термін її дії, він повинен повторно звернутися за підтвердженням акредитації на новий термін.

У зверненні до СБУ слід вказати номер діючої прес-картки та можливі зміни інформації (засобу масової інформації, громадянства, прізвища тощо). Далі слід діяти за зазначеним вище алгоритмом.

Як бачимо, вище наведений матеріал має важливе значення. Його варто використовувати на лекційних та практичних заняттях із гуманітарних дисциплін, зокрема «УМПС» та «Міжнародне гуманітарне право».

Вивчення даної теми продовжується.