

14. Culture and Public Relations. Links and Implications (Routledge Communication Series) Edited by Krishnamurthy Sriramesh, Dejan Vercic. – United Kingdom, 05 June 2012. – 296 p.
15. Cutlip S. M. Effective Public Relations / S. M. Cutlip, A. H. Center, G. M. Broom. – N.J.: Englewood Cliffs, 1994. – P. 7.
16. Relations and Communication Management in Europe: A Nation-by-Nation Introduction to Public Relations Theory and Practice / Betteke van Ruler, Dejan Vercic // Walter de Gruyter, 2004. – 502 p.
17. Офіційний сайт порталу UniArt. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.uniart.com.ua/>
18. Офіційний сайт Фонду розвитку сучасного мистецтва «Ейдос» [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.eidosfund.org/>
19. Офіційний сайт художньої галереї Brucie Collections [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.bruciecollections.com/index.php?p=3&s=&event=view&i=7&lan=ru>
20. Офіційний сайт Національного культурно-мистецького та музейного комплексу «Мистецький Арсенал» [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://artarsenal.in.ua/>
21. Офіційний сайт міжнародного центра сучасного мистецтва PinchukArtCentre. [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://pinchukartcentre.org/ua/about_us/mission

Коломоєць О.В.

студентка,

Інститут журналістики

Київського національного університету імені Тараса Шевченка;

Науковий керівник: Вежель Л.М.

кандидат філологічних наук, доцент,

Київський національний університет імені Тараса Шевченка

ІНСТРУМЕНТИ ІНФОРМАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ У СФЕРІ СИЛОВИХ СТРУКТУР УКРАЇНИ

Щодня стосунки із засобами масової інформації є одним з найважливіших завдань оборони і військового керівництва. Військові не можуть дозволити собі розкіш залишатися за межами інформаційного потоку, і цьогорічні події в країні підтвердили, що впевнене володіння інформаційним простором країни надає перевагу в сучасному збройному протистоянні.

Сьогодні на передові позиції в інформаційній діяльності виходять соціальні медіа. Глобалізація світових процесів та технологічне забезпечення інформаційно-контентного середовища повністю перейшла до мережі. Особливої популярності як ефективного інструменту інформаційної діяльності у сфері силових структур, набули соціальні мережі. Їх роль у інформуванні громадськості, спричинили витіснення телебачення, радіо, друкованих засобів інформації.

Актуальність даного дослідження полягає в тому, що соціальні мережі сьогодні стали ефективним інструментом та швидким засобом інформування громадськості, зокрема і у діяльності силових структур. Найголовніші відомства силових структур України представлені у соціальних мережах. Вони щоденно здійснюють інформаційну діяльність. Тим більш в умовах інформаційної війни проти Російської Федерації, актуальність діяльності силових структур в соціальних мережах набагато виросла. Однією з найвагоміших перспектив

використання соціальних мереж у військово-цивільних відносинах, на даний час є створення власних, українських мереж «WEUA», «Друзі», «Antiweb», «Ukrface» та «Combine» та інші і якщо ефективно створити вигідні умови для їхнього існування, то дані ресурси можуть стати вигідним інструментом для військових так і для цивільних користувачів [4].

Сьогодні в Україні ми можемо бачити активну політизацію соціальних мереж. Блоги активно використовують професійні політики, як у цілях інформування так і для пропаганди, боротьби з політичними противниками. Чого не можна сказати про сферу державного управління. Там лише спостерігається окремі інформаційні прояви державних службовців від певних структур [5, 57]. Соціальні мережі є полем сучасних інформаційних війн як в середині держави так і за її межами. Відсутність цензури і різного роду перешкод дозволяє діяти користувачам мережі на передовій, все це дозволяє створити сприятливу основу успішним діям у віртуальному та реальному просторі. Все це дозволяє нам сказати про те, що соціальні мережі перетворюються на поле арени інформаційного протиборства. Таку ситуацію повинні враховувати державні структури, зокрема силові відомства. Адже, сьогодні їхня роль для країни є важливою, а особливо інформаційна частина діяльності, яка має бути основним інструментом боротьби з опонентами [6, 87].

Дослідження, яке було проведене при аналізі інформаційної діяльності в соціальних мережах силових структур, виявили наступне:

- недостатньо налагоджений інформаційний канал в соціальних мережах,
- слабка активність та неефективне ведення щоденного блогу;
- найбільш типові недоліки застаріла інформація, неактуальність тем, неякісний виклад матеріалу та інше;

Висновки: силові структури України можуть використовувати як мінімум чотири канали інформування та комунікації:

- система відкритих месиджів керівництва, речників та чільних посадовців щодо ситуації в Україні та у Збройних Силах;
- система блогерства та активне використання соціальної мережі, включно зі щоденним інформування про діяльність;
- система загальнонаціональних ЗМІ;
- система особистого спілкування військовослужбовців різного ранку, зокрема з журналістами, громадянами, лідерами громадської думки.

Отже, соціальні мережі є найбільш актуальним інструментом, які підтримують імідж керівників силових структур, створюють позитивний імідж, активно реагують на зовнішні чинники, а особливо в умовах неоголошеної війни, швидко або спростовують або підтверджують інформацію. Також можна зробити висновок, сьогоднішній стан безпеки країни свідчить про необхідність посилення уваги з боку держави до діяльності силових структур та розвитку соціальних мереж на її території.

Ефективне використання соціальних мереж дозволить швидко реагувати на події так і вести правильну інформаційну політику, яка в тому числі захищатиме інформаційний простір країни. Мережі є потенційним полем для публічних тренінгів як партнерів між собою, так і створення інформаційного продукту на сторону противника. В той же час, вони являються динамічною вагомою реакцією на вдалі і не вдалі публічні заяви, виступи, які відпрацьовуються в середовищі громад.

Стан безпеки країни переконливо свідчить про необхідність посилення уваги з боку держави до діяльності та розвитку соціальних мереж на її території. Також варто звертати уваги на діяльність державних представництв у соціальних мережах, адже сьогодні вони є невід'ємною частиною інформаційної політики України.

Список використаних джерел:

1. Данько Ю. Феномен соціальних сетей у контексті становлення і розвитку мережевого суспільства [Електронний ресурс] / Данько Ю., / Вісник Міжнародного Слов'янського університету. – 2012. – Режим доступу: <http://ono.org.ua/fenomen-socialnyx-setej.html>
2. Кастельс М. Становление общества сетевых структур / М. Кастельс // Новая постиндустриальная волна на Западе: Антология; под ред. В. Л. Иноземцева. – М.: Academia, 1999. – 505 с.
3. Симонов К. В. Политический анализ: учеб. пособие / К. В. Симонов. – М.: Логос, 2002. – 152 с.
4. Соціальні мережі – засіб формування прозорого образу влади [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ukr.obozrevatel.com/publication/sotsialni-merezhi-zasib-formuvannya-prozorogo-obrazu-vladi.htm>
5. Почепцов Г. Г. Коммуникативные технологии двадцатого века / Г. Г. Почепцов. – М.: Релф-бук; К.: Ваклер, 2002. – 352 с.
6. Почепцов Г. Г. Стратегические коммуникации. Стратегические коммуникации в политике, бизнесе и государственном управлении / Г. Г. Почепцов. – К.: Альтерпрес, 2008. – 224 с.
7. Петрунин А. Н. Пиар-деятельность Минобороны как социально-политический ресурс // А. Петрунин – М.: Власть № 6, 2008. – 100 с.
8. Light P. Ch. New Public Service. Brookings Institution Press / P. Ch Light, 1999. – 239 p.

Кравчук В.В.

студентка;

Науковий керівник: Шендеровський К.С.

кандидат наук із соціальних комунікацій, доцент,

Інститут журналістики

Київського національного університету імені Тараса Шевченка

ТРАНСФОРМАЦІЯ ТЕМАТИКИ КОНФЕСІЙНОЇ ПРЕСИ УКРАЇНИ

Попри те, що в Україні на законодавчому рівні Церква відокремлена від держави, обидва цих інститути є потужними інструментами впливу один на одного та регулювання суспільного, громадянського життя. Церкви різних конфесій не можуть стояти осторонь важливих суспільних питань, впливає на формування цінностей сімейного життя, життєдіяльності громади, прагне об'єднувати зусилля для розуміння та вирішення соціальних проблем тощо. Ці чинники стають передумовами зміни смислової концепції конфесійної періодики як соціально значущої медіадіяльності.

Метою цього дослідження є розгляд передумов зміни тематики конфесійної преси – від релігійної до релігійної з елементами соціальної, економічної, культурної тощо.