

ВІЙСЬКОВИЙ ІНСТИТУТ
КИЇВСЬКОГО НАЦІОНАЛЬНОГО УНІВЕРСИТЕТУ
ІМЕНІ ТАРАСА ШЕВЧЕНКА

ЗБІРНИК ТЕЗ ДОПОВІДЕЙ

XVII Міжнародної науково-практичної конференції

**"Військова освіта і наука:
сьогодення та майбутнє"**

26 листопада 2021 року

ТОМ 2

**(Інформаційно-психологічна боротьба у воєнній сфері;
Сучасні інформаційно-комунікаційні технології
сектору безпеки і оборони України; Фінанси)**

Київ – 2021

УДК 355(477)37
ББК 32.26.8-68.49

Т30 Збірник тез доповідей XVII Міжнародної науково-практичної конференції "Військова освіта і наука: сьогодення та майбутнє" 26 листопада 2021. – Том 2.– Київ : ВІКНУ, 2021. – 219 с.

Рекомендовано до друку Вченою радою Військового інституту Київського національного університету імені Тараса Шевченка
(протокол від 25.11.2021 № 7).

Редакційна колегія:

Толок І.В., ген.-майор, к.пед.н., доц., **Попков Б.О.**, п-к, к.військ.н., с.н.с., **Прохоров О.А.**, п-к, к.пед.н., доц., **Пампуха І.В.**, п-к, к.т.н., доц., **Гончарук Л.М.**, п-к, к.філол.н., **Сафін О.Д.**, д.психол.н., проф., **Жарков Я.М.**, к.і.н., доц., **Позняков О.П.**, п-к, к.філол.н., доц., **Мась Н.М.**, п-к, к.психол.н., **Сизов А.І.**, п-к, к.е.н., **Коропатнік І.М.**, п-к, д.ю.н., доц., **Савков П.А.**, п-к, к.т.н., доц., **Рижиков В.С.**, прац. ЗСУ, д.пед.н., проф., **Ленков С.В.**, прац. ЗСУ, д.т.н., проф.

У збірнику тез доповідей друкуються матеріали виступів наукових і науково-педагогічних працівників, курсантів (студентів) Військового інституту Київського національного університету імені Тараса Шевченка та інших вищих військових та закладів вищої освіти України.

У публікаціях розглядаються: технічні проблеми озброєння і військової техніки та технології подвійного призначення; актуальні проблеми лінгвістичного забезпечення Збройних Сил України; актуальні питання гуманітарного та соціального розвитку Збройних Сил України; інформаційно-психологічна боротьба у воєнній сфері; сучасні інформаційно-комунікаційні технології сектору безпеки і оборони України; фінанси; актуальні проблеми військового права; актуальні проблеми геопросторової підтримки військ; наукові проблеми військової політології та морально-психологічного впливу; основні засади, принципів та технологій забезпечення кібербезпеки у воєнній сфері

© Військовий інститут Київського національного університету імені Тараса Шевченка

Близнюк Н.М. Вдосконалення знань інформаційних технологій по створенню медіаконтенту у вищих навчальних закладах	97
Богач А.С. Комунікаційно-контентні спроможності підрозділів Збройних Сил України	98
Вікарчук О. Досвід країн-членів НАТО в діяльність інформаційно-медійної системи МОУ та ЗСУ	99
Владимчук К.В. Особливості технологій пропаганди	100
Гаврилюк О. Управління реалізацією державної інформаційної політики в Міністерстві оборони України	101
Георгієва О.В. Youtube як інструмент формування образу військового задля протидії російському агресору.....	103
Головатюк Т.І. Формування суспільної свідомості за допомогою суб'єктів інформаційної війни з використанням методів психологічного впливу як засіб протидії російській агресії.....	105
Вановська І.М., Гальчус А.О. Роль та місце системи зв'язків з громадськістю в структурі державного управління на сучасному етапі.....	106
Гальчус А.О. Система зв'язків із громадськістю в Збройних Силах України як вагомий елемент взаємодії армії та суспільства	107
Гордієнко Є. Формування національної свідомості українців в часи російсько-української війни та роль військових ЗМІ в її становленні (на прикладі «Армія ФМ»)	108
Городянська Л.В. Медіаконтент: сутність та форми представлення.....	110
Городянська Л. В. Особливості створення медіаконтенту.....	112
Гриджина В.В. Особливості діяльності служби зв'язків з громадськістю міністерства оборони Франції.....	113
Грицун О.В. Значення присутності військових підрозділів ЗС України у соціальній мережі Інстаграм	114
Позняков О.П., Гудзь А.В. Розбудова спроможностей реалізації мобільних додатків для військовослужбовців Збройних Сил України за досвідом США, Франції, Польщі.....	115
Гуцуляк Д. Національна медіаграмотність в умовах інформаційно-психологічної агресії РФ	116
Гуцуляк Д. Глосарій РНБО України як знаряддя національної інформаційної грамотності проти медіаманіпуляцій Кремля	119
Давидовський М.В. Використання сучасних технологій у формуванні патріотичних настроїв українського соціуму в умовах ведення ООС (АТО) на сході України	120
Ділай А.Ю. Реорганізація системи інформаційної підтримки діяльності Міністерства оборони України	122

пропагандистського впливу з боку антиукраїнських та російських медіа. Таким чином набуває актуальності завдання щодо формування високих ідеалів патріотизму, духовних, культурних, моральних принципів, готовності захищати свою державу, її суверенітет, незалежність, демократичні і національні цінності нашого народу. На нашу думку, досягти цього можна шляхом формування національної свідомості з активною участю у цьому процесі військових ЗМІ. Таким чином зрощення патріотичної і свідомої громади відбудеться на прикладах героїв війни, сучасних реалій, зі збереженням і зміцненням національних історичних та культурних традицій.

Список використаних джерел:

1. Історична пам'ять народу у контексті актуальних завдань розбудови модерної української нації. / М. І. Гурик // Світоглядні та соціокультурні засади формування модерної 116 української нації: монографія / Т. В. Гончарук, Н. В. Гнаевич, М. І. Гурик [та ін.] ; кер. авт. кол. О. М. Рудакевич. - Тернопіль : ТНЕУ, 2015. - С. 90-113.

2. Початок нового політичного року: довіра до соціальних інститутів (липень 2020р.) URL: <https://razumkov.org.ua/napriamky/sotsiologichni-doslidzhennia/pochatok-novogo-politychnogo-roku-dovira-do-sotsialnykh-institutiv-lypen-2020r?fbclid=IwAR1gXiS4M83WDLt3lkTNTjOzq96bXJf1H0OukGVwBorHxSGQSA7SfLn75A>

3. Проекти «Армія ФМ» URL: <https://www.armyfm.com.ua/projects/>

4. Свідомість національна // Євтух В. Б. Етнічність: енциклопедичний довідник / Нац. пед. ун-т імені М. П. Драгоманова, Центр етноглобалістики. — К. : Фенікс, 2012 — С. 282

5. Українське суспільство в умовах війни: виклики сьогодення та перспективи миротворення: мат-ли Всеукр. наук. практ. конф., м. Маріуполь, 9 червня 2017 р. Маріуполь: ДонДУУ, 2017. 311 с.

к.е.н., доц., чл.-кор. АЕН України Городянська Л.В. (ВІКНУ)

Медіаконтент: сутність та форми представлення

В умовах постійних ризиків, інформаційних агресій й нестійкого гібридного миру інформація є потужною зброєю впливу на громадську думку. В сучасному інформаційному просторі разом із традиційно класичними засобами масової інформації (ЗМІ) активно застосовують нові крос-медійні проекти на основі використання технологічних можливостей Інтернету. Перевагами крос-медіа є створення інформації на основі цифрового сигналу. Завдяки широкої доступності для користувачів різних соціальних мереж (Facebook, Twitter, YouTube, Instagram) та платформ (комп'ютер, мобільний телефон, телевізор, радіо та інші пристрої), які використовують цифровий сигнал, відбувається швидке розповсюдження контенту серед користувачів.

Актуальність дослідження зумовлена потребою в уточненні сутності та формі представлення медіаконтенту в сучасному інформаційному суспільстві.

Категорія «*media*» є сучасним поняттям, що виникло у ХХ столітті та пов'язане із медіа середовищем. Цим пояснюється його недостатня вивченість. Із кінця ХХ століття поширюється категорія «нові медіа». Науковець Рассел Нойман пояснює значення цієї категорії як «новий формат існування засобів масової інформації, який постійно доступний на цифрових пристроях з урахуванням активної участі користувачів у створенні та розповсюдженні контенту» [1]. Питання визначення сутності контенту нових медіа наведено у працях Н. Дейвіса, С. Куїна, М. Девзе, П. Бочковскі, В. Золяк та інших. Теорії медіаконтенту присвячені праці науковців німецької школи (Д. Детерінг, М. Томсен, С. Вебер), а інтеграція категорії до системи медіа комунікацій здійснена М. Андінгом, Т. Гессом, С. Різом, Г. Бонфеделлі. За суттю «медіа» є повідомленням, що реалізується з використанням каналу передачі повідомлень ЗМІ та крос-медіа. К. Горська [2] вважає сучасні медіа одночасно каналом, інструментом і середовищем.

Друга частина дефініції – «*контент*» (від англ. *content* – *зміст, вміст*) є змістовим поняттям. Взагалі категорії «контент» і «зміст» у науці та практиці часто використовують як взаємозамінні, в значенні сутності будь-якого предмета чи явища. К. Шапіро та Х. Варіан до медіаконтенту відносять все, що може бути оцифроване [3]. У Словнику медіа термінів пропонується наступне тлумачення медіаконтенту – це «будь-який аудіовізуальний твір (фільм, програма, заставка, серіал) або інформація в доступній формі (репортаж, інтерв'ю, новина), а також текст, відео, аудіо та зображення, доступні для публічного перегляду» [4]. Варто зазначити, що акцент робиться, наприклад, не на відеозапису як телевізійній формі представлення медіаконтенту, а на зображеннях і звуках, з яких він складається. Не на книзі, як друкованій формі представлення медіаконтенту, а на тексті, ілюстрації, котру вона містить.

Український дослідник В. Теремко звертає увагу на подвійну природу контенту, що, з одного боку, є сутністю, емоційним або проблемно-смысловим наповненням, а з другого, – має цілком матеріалізовану споживчу цінність [5]. К. Горська запропонувала визначення «*медіаконтент*» з урахуванням семантичної кореляції цієї категорії зі структурними та функціональними характеристиками традиційних і нових медіа. Медіаконтент є змістовним наповненням медіа ресурсу, що виконує «інформаційну, комунікаційну, когнітивну, виховну, розважальну, промоційну та інші функції, має комунікаційну інтенцію та інтерпретується за рівнем здатності реципієнта до критичного аналізу; інформація (дані), що може бути представлена в будь-якій формі (текстовій, аудіальній, візуальній, мультимедійній та ін.) та поширюється ЗМІ» [2, с. 27-28]. Узагальнюючи слушні думки науковців вважаємо, що «медіаконтент» в сучасному інформаційному суспільстві є одиницею споживчої комунікації в аудиторії, яка пов'язана з інформацією та індивідуально-емоційним досвідом споживача.

Список використаних джерел:

1. Рассел Н. Что такое новые медиа, или digital-глобализация. AMDG : веб-сайт. URL:<https://amdgru/blog/new-media/> (дата звернення 25.10.2021).
2. Горська К. Медіаконтент цифрової доби: трансформації та функціонування : дис. ... д-ра соц. ком. наук : 27.00.01 / Київ. нац.ун-т імені Тараса Шевченка, 2016. 449 с.

3. Shapiro Carl & Varian Hal R. (1999) Information rules: a strategic guide to the network economy. Boston, Massachusetts : Harvard business school press. 352 p.

4. Словарь медиатерминов. Подгот. компанией «Медиа Ресурсы Менеджмент». Харьков : Фолио, 2009. 415 с.

5. Теремко В. Видавництво-XXI. Виклики і стратегії : монографія. Київ : Академвидав, 2012. 328 с.

к.е.н., доц., чл.-кор. АЕН України Городянська Л. В. (ВІКНУ)

Особливості створення медіаконтенту

Медіаконтент є сукупністю різноманітної інформації, яка спрямована на цільову аудиторію, та поширюється крос-медіа у друкованій, аудіовізуальній (радіомовлення, телевізійне мовлення) та інших формах. Створення медіаконтенту – це структурований творчо-виробничий процес, що вимагає від автора як глибоких знань із теорії та методики написання текстів, так і практичних навичок володіння технічними засобами. До останніх належать як професійні відеокамери та звукозаписувальні пристрої, так і споживацькі гаджети, а також комп'ютерні програми для обробки та поширення тексту, звуку, відео зображень, ілюстративних матеріалів [1, с. 41]. Цифровізація суспільства сприяла зміні аналогового сигналу на цифровий та трансформації процесу виробництва контенту, його поширення та споживання. Основною метою створення медіаконтенту є спрямованість на цільову аудиторію.

Автори (Л. Стриблінг и М. Скотт) [2] виокремлюють дві групи виробників медіаконтенту: мовні компанії та користувачі контенту по всьому світу. Варто зазначити, що результатом творчої праці споживачів є так званий «користувацький контент». Користувацький контент використовує різні медіа технології, зокрема цифрові фотографії та відео, блоги, подкасти та контент для мобільних телефонів. Автори [2] зазначають, що публікація медіаконтенту відбувається з використанням традиційних медіа джерел (в основному мовних компаній) та нетрадиційних медіа джерел, наприклад, таких як eBay, YouTube, Facebook та ін. Спираючись на слушні думки, наведені у працях [1-2], вважаємо, що створення медіаконтенту залежить від складності й специфіки медійної розробки та професіоналізму, креативності та технічних навичок виконавця, які наведені нижче.

Чинники, які пов'язані із медійною розробкою, її складністю та специфікою	Чинники, які залежать від знань, навичок та професіоналізму виконавця
<ul style="list-style-type: none">• Новизна• Актуальність теми та цільова аудиторія• Своєчасність розповсюдження контенту• Складність розробки та забезпеченість технічними засобами	<ul style="list-style-type: none">• Досвід, креативність виконавця• Морально-психологічне навантаження• Безпека/небезпека• Міжособистісні стосунки у медійній команді

Наукове видання



ТЕЗИ ДОПОВІДЕЙ

XVII Міжнародної науково-практичної конференції

**"Військова освіта і наука:
сьогодення та майбутнє"**

ТОМ 2

Тексти тез представлено у авторській редакції. Автори несуть повну відповідальність за зміст, добір, точність наведених фактів, цитат, власних імен, дат та інших відомостей.

Збір, технічне редагування та комп'ютерна верстка – Бадрук О.О.
Оригінал-макет та обкладинка – Халіманенко С.М.

Підписано до друку 25.11.2021. Формат 60x84/16.
Гарнітура Times. Папір офсетний. Друк ризограф. Тираж 10.
Умов. друк. аркушів 18. Заказ № 41-16.

Надруковано в навчальному картографічному комплексі ВІКНУ
03189, Київ, вул. Ломоносова, 81
521-32-89

