

THE POLITICAL IMPORTANCE OF RUSSIAN RAILWAY TRANSPORT AS A NATURAL MONOPOLY

Tcheremin G.D.

Moscow Humanitarian University (111395, Russia, Moscow, street Youth, 5), e-mail: tcheremin@yandex.ru

The political importance and features of the Russian railway transportation as natural monopoly are shown. The natural monopoly in this sphere developed during the long period. The railway transportation became a tool of modernization of the country on the eras of the XIX-XX centuries. The state monopoly on a railway transportation was established during the Civil war of 1918-1920. The railway transportation became means of maintenance of unity of political, social and economic space of the country. Its network structure to the greatest degree corresponds the performance of tasks of transportation of cargoes and people. The socio-political importance of a railway transportation as public blessing is so great, that the stability of position in the country depends on it. She focuses on the interplay of politics and economics in view of interests of the elite are on the level of decision making.

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ИНСТРУМЕНТОВ СОЦИАЛЬНЫХ МЕДИА В РАБОТЕ НЕПРАВИТЕЛЬСТВЕННЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ

Шваб М.А.

Восточноевропейский национальный университет имени Леси Украинки, Луцк, Украина
(43001, Луцк, пр. Свободы, 13), e-mail: historical@univer.lutsk.ua

Статья посвящена анализу социальных медиа как эффективного инструмента средств массовой коммуникации в деятельности неправительственных организаций. В статье говорится о стремительном развитии информационных технологий, что повлекло упадок традиционных средств массовой коммуникации и переход общества на онлайн-каналы общения. Автор отмечает, что все больше неправительственных организаций вводит использования социальных медиа для быстрой и эффективной коммуникации. Причиной этого стала информационная революция, которая требует информативности, коммуникативности и мобильности современного человека. Автор проводит анализ различных инструментов социальных медиа и выделяет четыре наиболее эффективных: Twitter, Facebook, LinkedIn и блоги. Каждая неправительственная организация выбирает свою стратегию коммуникации, от которой зависит успех ее деятельности. Основным остается четкий план ее реализации. В статье приведены примеры успешного применения социальных медиа-инструментов среди таких неправительственных организаций: DoSomething.org, благотворительность: вода (charity: water), Международная амнистия (Amnesty International) и Красный крест (Red Cross). Автор статьи настаивает на том, что социальные медиа сегодня - это самый быстрый, самый простой и самый эффективный способ коммуникации.

USING OF SOCIAL MEDIA TOOLS IN NON-GOVERNMENTAL ORGANIZATION ACTIVITY

Shvab M.A.

Lesya Ukrainka Eastern European National University, Lutsk, Ukraine
(43001, Lutsk, Voli Avenue, 13), e-mail: historical@univer.lutsk.ua

The article is devoted to the social media analysis as an effective tool of mass media communication in the non-governmental organizations activities. The article is about rapid information technologies development, which causes the decline of the traditional mass media and society transformation to online-channels of communication. The author stresses on that fact that more non-governmental organizations are using social media for rapid and effective communication. Information revolution has become a reason of it, which requires informational, communicative content and mobility of modern person. The author analyzes different tools of social media and defines four the most effective: Twitter, Facebook, LinkedIn and blogs. The success of each non-governmental organization activity depends on communication strategy it chooses. The main thing is a clear plan of its realization. The examples of a successful use of social media tools among such organizations are given in the article: DoSomething.org, charity: water, Amnesty International and Red Cross. The author of the article insists on that fact that social media is the most rapid, the simplest and the most effective way of communication.

ИНСТИТУЦИОНАЛЬНЫЙ АСПЕКТ ВНЕШНЕПОЛИТИЧЕСКОГО ИМИДЖА КИТАЯ

Широченко Т.В.

Днепропетровский национальный университет имени Олеся Гончара, Днепропетровск, Украина
(49000, Днепропетровск, просп. Гагарина, 72), e-mail: tat-lejno2008@yandex.ru

В статье автором рассмотрены основные государственные институты, которые несут ответственность за формирование образа Китая на международной арене. Проанализирована работа наиболее влиятельных медиainститутов, деятельность которых оказывает непосредственное влияние на внешнеполитический имидж КНР. Дана оценка эффективности работы гос- и медиainститутов в контексте имиджформирующей политики Китая. Определено, что формированием внешнеполитического имиджа Китая занимается целый комплекс государственных и медийных институтов. Каждый из них, с одной стороны, имеет свой профиль, с другой – эти разграничения часто оказываются весьма условными, и функции целого ряда госструктур зачастую дублируются. Вся деятельность институтов внутри страны и за ее рубежами ведется в соответствии с указанием партии и под ее пристальным вниманием. Все это способствует целенаправленному, подконтрольному формированию внешнеполитического имиджа Китая.