

**НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ БІОРЕСУРСІВ І
ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ УКРАЇНИ**

Гуманітарно-педагогічний факультет

Кафедра міжнародних відносин і суспільних наук

**МІЖНАРОДНА ІНФОРМАЦІЯ
та
ТЕХНОЛОГІЇ ОПЕРУВАННЯ ІНФОРМАЦІЄЮ
Матеріали до лекцій**

**Навчально-методичний
посібник**

Київ – 2025

УДК 111.11 : 111.32 : 572.025 (072)

У навчально-методичному виданні, сформованому відповідно до НМК «Міжнародна інформація та сучасні інформаційні системи і технології», та вимог, що висуваються до подібного роду науково-методичних посібників, викладено загальні методичні принципи та теоретичні засади вивчення дисципліни «Міжнародна інформація та сучасні інформаційні системи і технології» студентами спеціальності «Міжнародні відносини, суспільні комунікації та регіональні студії». Навчально-методичний посібник містить орієнтовний навчально-методичний план та програмний матеріал до вивчення дисципліни, інформаційні матеріали з лекційного блоку дисципліни.

Навчальна дисципліна «Міжнародна інформація та сучасні інформаційні системи і технології» є однією з ключових у розрізі підготовки фахівця у галузі міжнародних відносин, оскільки будь-які відносини не можливі без обміну інформацією. Відповідно особливості і якість взаємодії між суб'єктами значної мірою залежить від їх здатності оперувати інформацією. Останнє, безумовно, залежить від рівня усвідомлення оператором суті феномену інформації, як і його інтелектуальної потуги загалом. Відтак, згадана дисципліна спрямована, окрім іншого, на системне формування цілісної обізнаності щодо методів, механізмів, засобів та успішних прикладів оперування інформацією як на національному, так і міжнародному рівнях, у т.ч. у контексті комунікативних технологій, а також оперативних навичок чітко та послідовно доносити необхідної якості та змісту інформацію до реципієнта з огляду на його ситуацію та особливості обставин, за яких реалізується взаємодія.

Рекомендовано вченою радою гуманітарно-педагогічного факультету Національного університету біоресурсів і природокористування України (протокол № 9 від 14.05.2025 р.).

Укладач: доктор філософських наук, доцент Калуга В.Ф.

Рецензенти: кандидат філософських наук, доцент Іщенко О.М.
кандидат історичних наук, доцент Лановюк Л.П.

Навчально-методичне видання
Міжнародна інформація та технології оперування інформацією
для студентів спеціальності
Міжнародні відносини, суспільні комунікації та регіональні студії

Видання друкується в авторській редакції

Підписано до друку

Формат 60x84 1/16

Ум. друк. арк. 11,5

Обл.-вид. арк. 14,2

Наклад 50 пр.

Зам. №

Надруковано в типографії

Деталізований зміст курсу

Вступ	7
Модуль I. Явище інформації як об'єкт осмислення та оперування. Інформаційна парадигма глобального розвитку	
1. Інформація як феномен буття та явище соціального існування людини	9
1.1. Природа та стани інформації як соціального феномену та елементу буття	
1.2. Математична модель інтегрованої інформації (свідомості)	
1.3. Типи, властивості та джерела інформації	
1.4. Відомості як соціально значима форма інформації	
1.5. Когнітивне навантаження відомостей	
1.6. Джерела та класифікація відомостей (інформації)	
1.7. Конфіденційна інформація, її природа і властивості	
2. Базові форми та прояви оперативної інформації і їх функціональне навантаження	16
2.1. Проблема істини та адекватного відображення	
2.2. Суть уявлення та знання як ключових форм соціально значимої інформації	
2.3. Суб'єктивна та об'єктивна інформація. Суб'єкт як інформаційний посередник	
2.4. Феномен «експертне знання», його суть, функціональне навантаження у інформаційному просторі	
2.5. Проблема відомосного шуму та дезінформації	
2.6. Ситуація людини як інформаційно зумовленої істоти	
3. Теорії комунікації та засоби донесення комунікативних послів	25
3.1. Комунікація як спосіб поширення соціально значимої інформації та її функції і класифікація	
3.2. Теорії комунікації	
• теорія технологічного детермінізму Маршалла Маклюена	
• теорія культивування Джорджа Гербнера	
• критична теорія комунікації (соціологія масових комунікацій) на базі моделі «кодування-декодування» Стюарта Гола	
• теорія соціального навчання Альберта Бандури	
• теорія порядку денного або «Agenda-setting» Максвела Мак-Комбса і Дона Шоу	
• теорія спіралі мовчання Елізабет Ноель-Нойман	
• інформаційна теорія комунікації Клода Шенона та Воррена Вівера	
• теорія символічного інтеракціонізму Джорджа Герберта Міда	
• теорія когнітивного дисонансу Леона Фестингера	
3.3. Симулякр як своєрідна «матерія» інформаційного простору	
3.4. Мем (інтернет-мем), його природа і місце у інформаційному світі	

- 3.5. Фрейм як інформаційна одиниця «картини світу»
3.6. Світ та/або реальність як сюжет та/або «продукт» мислення

4. Міжнародна інформація, її характеристики та джерела

36

- 4.1. Поняття міжнародної інформації, її місце та роль у системі міжнародних відносин
4.2. Функції міжнародної інформації і їх характеристики
4.3. Структурні підрозділи міжнародної інформації
- інформаційний простір
 - інформаційна політика
 - інформаційна стратегія
 - інформаційний потенціал
 - інформаційні ресурси
 - інформаційний продукт
 - інформаційна могутність
- 4.4. Процес безперервного зростання інформації з огляду на науково-технічний прогрес та соціально-культурний поступ
4.5. Явище інформаційного вибуху, його основні етапи, причини та наслідки
4.6. Глобальні проблеми у сфері міжнародної інформації та шляхи їх вирішення
4.7. Відкрита та закрита (конфіденційна) інформація, її характеристики
4.8. Центри збору і накопичення міжнародної інформації, особливості їх функціонування
4.9. Принципи міжнародних інформаційних відносин
- принцип гарантованості права на інформацію;
 - принцип відкритості та доступності інформації;
 - принцип свободи обміну інформацією;
 - функції інформації в розрізі обміну інформацією;
 - принцип достовірності і повноти інформації;
 - принцип свободи вираження поглядів і переконань;
 - принцип правомірності одержання, використання, поширення, зберігання та захисту інформації;
 - суверенне право бути поінформованим та усвідомлювати умови (перспективи) власного та інших існування і діяльності;
 - презумпція непорушності меж (недоторканості) приватного або національного існування суб'єкта;
 - принцип захищеності особи від втручання в її особисте та сімейне життя;
 - способи існування та функціонування суб'єктів інформаційних відносин
- 4.10. Суб'єкти та об'єкти міжнародних інформаційних відносин
4.11. Стан доступу до інформації у країнах з різним рівнем соціально-економічного розвитку
4.12. Зміст діяльності фахівця з міжнародної інформації

5. Методи та засоби оперування інформацією

47

- 5.1 Пошук та збір інформації як шлях до нарощування поінформованості

- 5.2 Легітимні, несанкціоновані законом та «вимушені» методи збору інформації
- 5.3 Особливості професійного підходу до збору інформації
- 5.4 Методи та засоби захисту інформації від небажаного доступу і оперування нею
- 5.5 Методи та засоби протидії протиправному доступу та збору інформації

Модуль II. Ситуація сучасних людини та людства через призму інформації як атрибуту світу

- 6. Інформаційне суспільство, його природа і властивості; електронна культура** **53**
 - 6.1. Суть інформаційного суспільства, його провідні критерії та ознаки
 - 6.2. Типи (розбудови) інформаційного суспільства
 - 6.3. Обставини та умови, які сприяли становленню інформаційного суспільства та роблять його взагалі можливим
 - 6.4. Критика інформаційного суспільства
 - 6.5. Нетократія як своєрідна форма організації владних відносин у посткласичному суспільстві та глобалізованому світі
 - 6.6. Влада як знання в контексті структуралізму
 - 6.7. Електронна культура як особливий тип упорядкування світу людини
- 7. Інформаціоналізм, його моделі; зв'язок інформаціоналізму та глобалізму; світовий саміт з інформаційного суспільства** **61**
 - 7.1 Ключові меседжі світового саміту з інформаційного суспільства
 - 7.2 Інформаціоналізм як інструмент та шлях до утвердження глобалізованого світу
 - 7.3 Глобалізований світ через призму інформаційного суспільства як його прототипу
 - 7.4 Проблема глобалізації життєвого простору людини
 - 7.5 Проблема уніфікації та нівелювання ментальних ознак унікальної колективної ідентичності
 - 7.6 Проблема спротиву глобалізації та ймовірні сценарії поступу людства
- 8. Інформаційні ресурси та потреби; культура інформаційного споживання** **68**
 - 8.1 Інформаційні ресурси, типи та види інформаційних ресурсів
 - 8.2 Інформаційні потреби, їх різновиди
 - 8.3 Інформаційна культура як сфера буття сучасної людини і спільноти
 - 8.4 Медіаграмотність як крок до індивідуальної та масової інформаційної безпеки
 - 8.5 Проблема інформоманії у розрізі колективного та індивідуального буття
- 9. Інформаційний простір, інформаційні потоки, логістика** **73**
 - 9.1. Природа інформаційного простору та його елементи
 - 9.2. Інформаційний потік, його властивості та характеристики
 - 9.3. Логістика, особливості її організації та використання
 - 9.4. Інформаційна аналітика та інформаційний супровід інститутів (суб'єктів) міжнародної взаємодії і політики

- 10. Інформаційна індустрія, економіка і бізнес 81**
- 10.1 Інформаційна економіка, особливості та принципи її функціонування
 - 10.2 Інформаційна індустрія, її потенціал і перспективи розвитку
 - 10.3 Інформаційний продукт та інформаційні послуги в контексті міжнародних відносин
 - 10.4 Інформаційна комерція як механізм просування та моделювання споживчих запитів
 - 10.5 Світовий ринок інформаційно-комунікаційних послуг
- Модуль III. Відомості як об'єкт і засіб активності та взаємодії**
- 11. Відомості як предмет маніпулювання та адресного донесення 90**
- 11.1. Маніпулювання як спосіб взаємодії та механізм комунікації
 - 11.2. Маніпулювання відомостями, підстави та наслідки
 - 11.3. PR, реклама, технології адресного донесення інформації
 - 11.4. Соціальна інженерія як спосіб «програмування» споживчої активності
 - 11.5. Пропаганда як механізм просування ідей в маси
 - 11.6. Цифрова дипломатія як спосіб і шлях інформаційного просування
 - 11.7. Імідж та престиж як тригери та ключові цінності в комунікативному полі
- 12. Інформаційна війна: природа, причини, технології і засоби 107**
- 12.1. Природа інформаційної війни та конфлікту як її базису
 - 12.2. Характеристика «точок докладання» інформаційного впливу
 - 12.3. Методи і засоби ведення інформаційної війни
 - 12.4. М'яка сила як елемент та/або засіб інформаційної війни
 - 12.5. Шляхи та засоби боротьби з інформаційною агресією
- 13. Міжнародна, регіональна та національна інформаційна безпека 116**
- 13.1. Безпека як елемент сучасної ієрархії цінностей
 - 13.2. Генезис та змістовне наповнення ідеї інформаційної безпеки
 - 13.3. Причини і підстави індивідуальної та масової потреби в інформаційній безпеці
 - 13.4. Інформаційна агресія, механізми і засоби її реалізації
 - 13.5. Засоби та методи захисту від інформаційної агресії
- 14. Міжнародна, європейська та вітчизняна інформаційна політика і стратегія 123**
- 14.1. Суть явища інформаційної політики, принципи здійснення інформаційної політики
 - 14.2. Принципи і напрями здійснення інформаційної політики
 - 14.3. Теорії та стратегії міжнародної інформаційної політики
 - 14.4. Особливості державної політики України щодо формування і підтримання національного інформаційного простору

Вступ

Міжнародна інформація – це сукупність даних, повідомлень і знань, що передаються, обмінюються або використовуються між державами, міжнародними організаціями, компаніями чи окремими особами за межами однієї країни. Вона охоплює різні сфери: політичну, економічну, культурну, наукову, технічну, екологічну тощо.

До міжнародної інформації належать, зокрема:

- новини та аналітика про події у світі;
- дані про міжнародні відносини, дипломатію, війни чи мирні процеси;
- економічні звіти, біржова інформація, міжнародна торгівля;
- наукові дослідження, публікації, що мають міжнародне значення;
- культурний обмін, мас-медіа, кіно, музика тощо, які циркулюють у світовому просторі.

Ця інформація може поширюватися через ЗМІ, інтернет, дипломатичні канали, міжнародні конференції, бази даних тощо.

Мета опанування дисципліною „Міжнародна інформація та сучасні політичні інформаційні системи і технології” полягає у формуванні цілісного впорядкованого враження про суть та основні етапи становлення міжнародного інформаційного простору, а також про ключові процеси та тенденції, притаманні глобальній комунікаційній системі; сприяти формуванню навичок послідовного та всебічного аналізу закономірностей і особливостей розвитку світової комунікаційної системи; допомогти засвоїти методи та алгоритми роботи з інформаційними системами; закласти чітке розуміння місця та ролі України в глобальному інформаційному просторі та ймовірні перспективи щодо зміни її становища.

Предметом дисципліни „Міжнародна інформація та сучасні політичні інформаційні системи і технології” є інформація як «субстанція соціального простору» та наповнення комунікативних систем, а також методи, способи та технології оперування інформацією та комунікативними каналами.

Завдання: вивчення сучасного стану і тенденцій глобальних комунікаційних процесів, визначення їх впливу на світову, регіональну і національну політику; аналіз впливу ІКТ на розвиток глобального інформаційного суспільства; дослідження та прогнозування проблем міжнародного співтовариства в галузі інформації і комунікації; вивчення стратегій і практики міжнародної інформаційної політики; дослідження інформаційної складової глобальної економіки, безпеки, зовнішньої політики та міжнародного права; аналіз впливу інформаційного простору України на політичні та економічні аспекти інтеграції країни в світовий інформаційний простір, політико-правовий аналіз інформаційної політики України та практичних її результатів у співробітництві з різноманітними міжнародними організаціями та іншими акторами міжнародних відносин.

У результаті вивчення навчальної дисципліни студент повинен

знати: зміст основних понять міжнародної інформації; сутність концепцій та моделей міжнародного співробітництва в галузі інформації і комунікації; роль та функції міжнародних організацій у формуванні і реалізації ідеології

інформаційного суспільства як чинника міжнародного розвитку; практику реалізації міжнародної інформаційної політики на глобальному, регіональному (європейському) та національному рівнях; напрямки та переваги міжнародного співробітництва України в галузі інформації і комунікації з іншими державами, міжнародними організаціями, інститутами, фондами;

вміти: чітко та послідовно визначатися зі стилем і методами здійснення інформаційної політики акторами міжнародних відносин; аналізувати конкретний зріз інформаційного простору на предмет виявлення ключових гравців, засад, правил та дійсних мотивів тих чи інших дій суб'єктів міжнародної інформації; відрізняти дійсні мотиви від аргументів на користь виправдання тих чи інших дій суб'єктами; формувати послідовне чітке враження про особливості провадження інформаційної політики в певних часових і регіональних межах; в цілому ефективно застосовувати набуті знання та навички у практичній діяльності.

Загалом студент має усвідомлювати суть міжнародної інформаційної політики, природу інформаційного простору; розумітися на системі методів та засобів провадження інформаційної політики та цілеспрямовано впливу, а також способи вияву та захисту від маніпулятивно спрямованого інформаційного впливу; виявляти ситуацію інформаційної війни та ефективно протидіяти її проявам як на рівні інформаційного простору, так і на рівні індивідуальної та колективної свідомості.

Модуль I. ЯВИЩЕ ІНФОРМАЦІЇ ЯК ОБ'ЄКТ ОСМИСЛЕННЯ ТА ОПЕРУВАННЯ. ІНФОРМАЦІЙНА ПАРАДИГМА ГЛОБАЛЬНОГО РОЗВИТКУ

Тема 1. Інформація як феномен буття та явище соціального існування людини

Інформація є своєрідним «наповненням» системи, котре дозволяє,

- по-перше, обмінюватися, якщо вірити останнім дослідженням окремих фізиків, миттєво, знову ж таки, інформацією про стан кожного елемента та системи як дечого якісно нового у порівнянні із сукупністю тих же таки елементів;
- по-друге, підтримувати деяку синхронність змін як в усіх елементах системи, так і системи загалом;
- по-третє, встановлювати, підтримувати та відновлювати цілісність системи, у т.ч. завдяки безперервному миттєвому обміну інформацією.

Інформація є засобом подолання невизначеності; це те, що дає можливість відповісти на питання про те, чим є той чи інший прояв існування, таким чином розкриваючи сутність та природу чого б то було. Інформація пов'язана як із даними, так і зі знаннями, зважаючи на те, що дані розкривають строго кількісні та якісні параметри чого б то було, тоді як знання несуть в собі розуміння суті, знову ж таки, чого б то було. Інформація є дечим відмінним від суб'єкта, який її фіксує. За самим суб'єктом закріплена потенція добувати та розпізнавати інформацію відповідно до своїх намірів чи інтересу. Як наслідок; інформація існує за межами горизонту подій. У вигляді знання інформація вимагає наявності когнітивного спостерігача як продуцента такого знання.

Американський дослідник Дж. Аркілла (John Arquilla) вдається до подолання суто прикладного трактування феномену інформації, коли інформація ідентифікується як дещо, що передається та поширюється. Він тяжіє до такого собі структурного бачення суті інформації, відповідно до якого остання сприймається як деяка субстанція, покладена в основу структури чого б то було. Відтак, всяка зміна інформації про що б то було тягне за собою трансформування самої структури відповідно (Arquilla, 1997: 47-48).

Математична модель Дж. Тононі яскраво демонструє, що, по-перше, інформація та обмін нею є атрибутом буття; по-друге, перехід від стану небуття до стану буття пов'язаний з появою і циркуляцією інформації, котра від самого початку постійно піддається певній інтеграції, а отже всякі інформаційні процеси пов'язані певним чином зі свідомістю та/або її атрибутами. Оскільки ж людина не може досягнути суті свідомості, сформувавши лише до певної міри робочі уявлення про неї, то у розпорядженні тієї ж таки людини також лише робочі уявлення про інформацію, але аж ніяк не знання чим є інформація.

З позицій людського бачення або ж трактування суті та природи інформації, останній притаманна **низка властивостей**, зокрема таких:

- вона цілком нейтральна щодо ціннісних чи критеріїв смаку, приміром, добра і зла, красивого та потворного;

- не підлягає розмежуванню за критерієм істинності, тобто встановленню факту відповідності чи спотворення дійсності, наприклад, інформація в чистому вигляді позбавлена ознак брехні чи правди;
- не зазнає дроблення, трансформації, зміщення співвідношення змісту та об'єму залежно від кількості споживачів/реципієнтів, як і не набуває нових якостей;
- швидкість поширення, принаймні, якщо мова йде про таку форму інформації як відомості залежить від особливостей посередника – засобу поширення;
- набувається, спотворюється чи втрачається з огляду на властивості джерела, носія чи посередника інформації відповідно;
- сприймається суб'єктом мислення завжди дискретно, тобто характеризується симбіозом об'єму та змісту, котрі перебувають у прямій пропорційній залежності.

Разом з тим, з позицій соціально-економічного буття людини інформація набуває додаткових властивостей:

- за своєю суттю вона є таким ресурсом, який легше за інші проникає через усілякі перешкоди і межі;
- не має кордонів і не може бути обкладена податком;
- виступає як специфічний товар, якість та (споживча) цінність якого не вивіряється звичним чином.

Соціально значуща інформація – повідомлення, передані будь-яким зрозумілим у кінцевому варіанті людині кодом, що містять у собі відомості про предмет пізнавальної цікавості. Отже, у кінцевому варіанті з позицій турботливого ставлення до дійсності інформація завжди уже автоматично зводиться до статусу відомостей. Відомості ж завжди передбачають посередника. Тому відомості за своєю природою, безумовно, є опосередкованими, а отже і інформація для соціальної істоти виявляється завжди опосередкованим явищем, котре відображає не саму дійсність, а суть та властивості самого посередника.

В поточному вжитку всяка інформація ідентифікується як відомості або ж дані. Оскільки інформація у вигляді відомостей або даних несе на собі особливе навантаження щодо функціонування спільноти загалом та її інститутів і елементів зокрема, то визначення згаданих понять регламентуються в межах юридичної сфери, тобто їх змістовне наповнення зафіксовано у документах. Це стосується будь-якої правової спільноти, зокрема і української. Відповідно, у Законі України «Про інформацію» від 02.10.1992 № 2657-ХІІ йдеться про відомості та/або дані як інформацію, що може бути збережена на матеріальних носіях або відображена в електронному вигляді. Останнє, природно, не означає, що відомостями не може бути усно донесена інформація. Проте вимога до інформації на предмет можливості її зафіксувати на носіях є ключовою підставою для розрізнення відомостей та інших форм інформації. Тобто відомості завжди мають інтерсуб'єктивний характер – властивість бути поширеними та сприйнятими іншими, до того ж їх зміст має бути витлумачений суб'єктом ідентично тлумаченню інших суб'єктів, а всякі різноголосся у тлумаченні вичерпані колегіально змагальним (суд) або іншим чином.

Разом з тим у Законі України «Про електронні документи та електронний документообіг» від 22.05.2003 № 851-IV (далі – Закон № 851-IV) має місце поглиблення змісту поняття даних як форму вираження інформації. Відповідно, даними вважається така інформація, котра збережена у формі, придатній для її (певної інформації) оброблення за допомогою електронних засобів.

Відтак, з позицій загального пізнання відомості несуть соціально значиму інформацію, яка дозволяє підвищувати поріг, знову ж таки, соціально значимого знання (по-суті, уявлення, зведеного до статусу знання) кожного, хто отримує у своє розпорядження ті ж таки відомості. Функціональне навантаження у такому разі відомостей полягає в тому, аби підвищувати рівень адекватності суб'єкта змінним або новим умовам та обставинам, у яких себе віднаходить суб'єкт або які для нього є актуальними.

Джерелами відомостей (по низхідній відповідно до рівня гарантованої відповідності дійсності поширюваних ними відомостей) можуть бути:

- документи;
- офіційні повідомлення, зокрема поширювані офіційними особами, політичними та державними інститутами, спеціалістами та фахівцями при виконанні ними службових обов'язків;
- експертні висновки, надані офіційним чином чи піддані публічному розголошенню інформаційними джерелами, діяльність яких не порушує юридичні норми держави;
- публічні повідомлення, зокрема поширювані засобами масової інформації, публічними особами та представниками організацій, що не носять явний рекламний характер та позбавлені ідеологічних, у т.ч. релігійних нашарувань.

Разом з тим, джерел інформації, у т.ч. і у вигляді відомостей прийнято розрізняти дещо більше, аніж джерел суто відомостей. При цьому Законом України «Про інформацію» встановлюється, що «...джерелами інформації є передбачені або встановлені Законом носії інформації: документи та інші носії інформації, які являють собою матеріальні об'єкти, що зберігають інформацію, а також повідомлення засобів масової інформації, публічні виступи».

Зрештою, джерела інформації у соціально значимій її формі прийнято поділяти на друковані, змішані (недруковані) та електронні.

До друкованих відносять такі джерела: періодичні видання, довідково-енциклопедичні та наукові видання, науково-технічна документація, неперіодичні видання, інші видання, зокрема брошури, рекламні буклети тощо.

До змішаних джерел зараховують такі: статистична інформація, різного роду рукописні матеріали, а також реклама, виставки, конференції, консультаційні послуги, разом з тим, чутки, компромат, приватні бесіди тощо.

До електронних належать: телебачення, радіо, кіно, телефон, Інтернет тощо.

Базовий поділ джерел інформації передбачає розрізнення відкритих та закритих джерел.

До відкритих джерел інформації прийнято відносити міжособистісні, безпосередні та опосередковані джерела.

Міжособистісними джерелами інформації прийнято вважати практично увесь спектр міжособистісного інформаційного обміну від суто ділових до вкрай довірчих, проте у контексті міжнародної дипломатії та відносин наперед

проступають зокрема міжособистісне спілкування і взаємодія у той чи інший спосіб залучених у сферу міжнародних відносин та зовнішньої політики осіб, а також формалізовані контакти по лінії дипломатії та обміну досвідом, у т.ч. за посередництва міжнародних форумів або ж тих чи інших організацій, до функцій яких входить, так звана, народна дипломатія.

Безпосередніми джерелами інформації є такі джерела, що самостійно продукують або певним чином упорядковують наявну інформацію і доводять її у структурованому вигляді до суб'єкта сприймання від відповідальної особи до спільноти чи мас.

До **опосередкованих джерел інформації** відносять такі, котрі не продукують основний контент інформаційного посилу, тобто інформаційний факт, а тільки доносять його широкому загалу, у т.ч. і залучених до міжнародної діяльності осіб, природно, найчастіше супроводжуючи його тим чи іншим коментарем, а також вибудовуючи певним чином сюжетні лінії щодо послідовності подачі інформаційних фактів відповідно до поставленої цілі або що.

Серед офіційних та неофіційних джерел інформації за їх функціональним навантаженням прийнято розрізняти:

- джерела загального характеру;
- джерела спеціальної інформації;
- джерела персональної інформації.

Серед **закритих джерел** інформації, зокрема у контексті міжнародних відносин та світової політики прийнято розрізняти

- бази даних стратегічного призначення інформації, що, має різний ступінь секретності (документи та інформація загалом, що становить державну таємницю);
- дипломатичні;
- розвідувальні;
- окремі статистичні дані стратегічного призначення, зокрема, що стосується питань обороноздатності, економічної стабільності та соціального миру, а також ключові демографічні показники, зокрема дійсне співвідношення смертності/народжуваності, міграція, поширення епідемій, розподіл ресурсів між членами спільноти тощо.

Деяко своєрідною групою джерел інформації є **конфіденційні джерела**. Їх основу складають носії інформації. Йдеться про технічні носії інформації, технічні засоби обробки інформації, закриті джерела специфічних міністерств та відомств, джерела розвідки, інформаційні, у т.ч. документовані продукти.

Щодо конфіденційної інформації, то вона, на відміну від конфіденційних джерел, безпосередньо пов'язана з особою, а не з засобами. Основу подібної інформації складають відомості про фізичну особу, тобто одиничного представника людської спільноти, а також інформація, доступ до якої обмежено фізичною або юридичною особою.

Сучасна система законів України кооптує у себе кілька визначень конфіденційної інформації з огляду на сферу поширення дії відповідного закону. Зокрема, у Законі України «Про інформацію» від 02.10.1992 № 2657-ХІІ говориться про те, що «Конфіденційна інформація – інформація, доступ до якої обмежено фізичною або юридичною особою, крім суб'єктів владних повноважень,

та яка може поширюватися у визначеному ними порядку за їхнім бажанням відповідно до передбачених ними умов. У Законі України «Про доступ до публічної інформації» від 13.01.2011 № 2939-VI наводиться дещо інше визначення: «Конфіденційна інформація – статистична інформація, яка належить до інформації з обмеженим доступом і знаходиться у володінні, користуванні або розпорядженні окремого респондента та поширюється виключно за його згодою відповідно до погоджених з ним умов». Закон України «Про державну статистику» від 17.09.1992 № 2614-XII говорить, що «Конфіденційна інформація – відомості, включаючи "ноу-хау", що стосуються предмета договорів (контрактів), укладених в ході двостороннього військово-технічного співробітництва, які мають дійсну або потенційну комерційну цінність, невідомі третім особам, до яких немає вільного доступу на законній підставі, і власник яких вживає заходів для забезпечення їх конфіденційності.

Використана та актуальна література

1. Арендт Х. (2002). Між минулим і майбутнім / Ханна Арендт; [пер. з англ. Вілен Черняк]. – К.: Дух і Літера. – 321 с.
2. Арендт Г. (1999). Становище людини / Ганна Арендт; [пер. М. Зубрицька]. – Л. : Літопис. – 254 с.
3. Калуга В.Ф. (2014). Знання як результат активності людини, особливості його набуття і верифікації // Гуманітарні студії. Збірник наукових праць. Випуск 23 / редкол.: А.Є.Конверський [та ін.]. – К. : Видавничо-поліграфічний центр «Київський університет». – с. 27-37.
4. Калуга В.Ф. (2008). В пошуках шляху із пастки утилітарного світу : ірраціональні чинники облаштування спільного світу як альтернатива засиллю приватного інтересу та надуманого раціоналізму / В.Ф. Калуга. – К. : Міленіум. – 162 с.
5. Кунанець Н.Е. (2010). Вступ до спеціальності: "Консолідована інформація" : навч. посіб. / Наталія Едуардівна Кунанець, Володимир Володимирович Пасічник; В.о. Нац. ун-т "Львівська політехніка"; За заг. ред. Володимир Володимирович Пасічник.– Львів : Вид-во Нац. ун-ту "Львівська політехніка", 2010.– 195 с.
6. Куцепал С.В. (2004). Французька філософія другої половини ХХ століття: дискурс із префіксом «пост-» : монографія / С.В. Куцепал. – К. : ПАРАПАН. – 323 с.
7. Мак-Комбс М. (2007). Встановлення пріоритетів: масмедії та громадська думка / М. Мак-Комбс; пер. з англ. М. Давиденко. – К. : К.І.С. – 256 с.
8. Пархоменко О.В. (2010). Інформація і знання: взаємозв'язок / Олексій Володимирович Пархоменко; В.о. Держ. ін-т інтелект. власності.– К. : ДІВ, 2010.– 268 с.
9. Пітерс Дж. (2005). Слова на вітрі: Історія ідеї комунікації. Київ: Видавничий дім «Києво-Могилянська академія». – 304 с.
10. Сілвер Нейт. (2018). Сигнал і шум. Чому більшість прогнозів виявляються хибними : пер. с англ. / Нейт Сілвер; Пер. М. Гоцацюк.– Київ : КМ-Букс.– 544 с.

11. Чумаченко В.А. (2009). Політ нічного метелика: Характерницьке мистецтво в Україні / В.А. Чумаченко – Кривий Ріг: Видавничий дім «Калинова сопілка». – 234 с.
12. Arendt, Hannah. (1982). Lectures on Kant's Political Philosophy. The University of Chicago Press, Chicago. – 174 p.
13. Arquilla J. (1997). Looking ahead: preparing for information-age conflict / J. Arquilla, D. Ronfeldt // In Athena's camp. Preparing for conflict in the information age. Ed. by J. Arquilloa, D. Ronfeldt. – Santa Monica. – 237 p.
14. Durham P. (2001). Speaking into the Air: A History of the Idea of Communication / Peters John Durham // University of Chicago Press. – 304 p.
15. McQuail Denis. (1994). Mass Communication Theory: An Introduction. Third edition. London: Sage Publications. – 184 p.

Питання для актуалізації

1. Розкрийте зміст поняття «інформація» та опишіть історію його виникнення і оперування ним
2. Опишіть стани (різновиди) інформації, вкажіть їх характерні риси і ознаки
3. Розкрийте головні властивості та характеристики інформації.
4. Дайте характеристику відомим вам джерелам інформації.
5. Розкрийте природу відомостей, дайте характеристику їх когнітивному навантаженню та джерелам.
6. Які типи відомостей або соціально значимої інформації прийнято розрізняти? Опишіть типи відомостей.
7. Встановіть відмінності між суб'єктивною та об'єктивною інформацією; охарактеризуйте особливості формування і відображення джерела походження.
8. Розкрийте суть та особливості феномену «інформаційний шум».

Питання до семінарських занять

Мета. Усвідомлювати: Усвідомлювати: людину як відкриту систему, що перебуває у стані безперервного продукування/споживання/обміну інформацією. Мати структуроване уявлення про: природу та функціональне навантаження інформації, її різновиди і властивості; суть явищ інформаційного шуму, дезінформації.

Оперувати: вміннями структурувати інформацію у відповідності до поставлених завдань та мети, формувати і ефективно оперувати відомостями покладаючись на усвідомлену апеляцію до контексту

1. Дайте характеристику людині як інформаційно зумовленій істоті.
2. Розкрийте відмінності оперування інформацією людиною, твариною або й іншою неантропною мислячою істотою.
3. Розкрийте відмінності оперування інформацією людьми залежно від їх рівня розвитку та/або стану свідомості/інтелекту.
4. Дайте характеристику суб'єкту як інформаційному посереднику, попередньо розкривши суть суб'єкта та явища інформаційного опосередкування.

5. Опишіть характерні риси та особливості функціонування сучасної спільноти крізь призму оперування та обміну інформацією, а також відповідні місце і можливості людини у сучасному комунікативному просторі.
6. Поміркуйте над тим, чим може бути/виявитися інформація за своєю природою і яке її місце та роль у бутті загалом.
7. Поміркуйте над тим, яким може бути функціональне навантаження інформації у Всесвіті та бутті людини та/або людської спільноти, попередньо вказавши який зміст вкладається в поняття «функціональне навантаження».
8. Розкрийте, які джерела інформації слід вважати природними та дайте їм характеристику, попередньо визначившись з суттю явища «природа».
9. Дайте характеристику феномену «контекст» як посереднику в обміні відомостями, розкрийте його властивості та походження.
10. Поміркуйте над тим, що прийнято розуміти під соціально значимою інформацією, та розкрийте форми прояву соціально значимої інформації.
11. Вкажіть, які ключові форми і способи поширення відомостей вам відомі та дайте їм характеристику.
12. Розкрийте суть та функціональне навантаження феномену «інформаційний шум», вкажіть його джерела і підстави для цілеспрямованого використання.
13. Поміркуйте над тим, які типи відомостей та/або соціально значимої інформації прийнято розрізняти, та опишіть їх типи.
14. Розкрийте природу відомостей, дайте характеристику їх когнітивному навантаженню та джерелам.
15. Поміркуйте над природою істини: її походженням, особливостями прояву, досяжністю для пізнання, доступністю для оперування.

Тема 2. Базові форми та прояви оперативної інформації і їх функціональне навантаження

Щоб сутнісно розрізнити дійсність та реальність для початку, очевидно, прояснити, чим же є насправді уявлення і як воно формується; *чим є знання і яка його природа; зрештою, як уявлення та знання співвідносяться поміж собою та з інформацією.*

У поточному існуванні найчастіше під знанням прийнято розуміти такий собі «продукт» пізнавальної діяльності – по-суті, наслідок реалізації властивості людини відображати у свідомості відображуване в ній же, що є рефлексією, представлений за посередництва так чи інакше упорядкованих вражень щодо відображуваного предмету, котрий перебуває в зоні схоплення увагою. Простіше кажучи, у буденному розумінні знанням є все те, що дозволяє певним чином відображати існуюче або так чи інакше представлене у досвіді, у т.ч. засвоєні у ході навчання абстрактні інформаційні одиниці, наприклад, математичні формули, моральні принципи, релігійні та наукові догми, зокрема, образ іудео-християнського бога, образ атома чи електрона абощо. Таке відображення завжди має бути системним, тобто певним чином упорядкованим та бути синхронним із «загальною картиною світу», притаманній кожній людині без винятку. Відтак, поточне знання завжди має системний характер, тобто не вступає в конфлікт із загальною картиною світу, яка формується під тиском соціального оточення у кожного (психічно здорового) індивіда, оскільки «суспільство «надає» нам цінності, логіку і запас інформації (як, між іншим, і дезінформації), які складають наше «знання» (Бергер, 1996: 54).

Отже, умовно кажучи, побутове, а точніше – теоретичне знання завжди є соціально значимим і соціально санкціонованим, навіть тоді, коли воно вступає у конфлікт із масово поширеною світоглядною парадигмою абощо. Причиною тому, тобто соціальній обумовленості, побутового знання є його властивість доступності для поширення, обміну і прийняття іншими. Насправді ж поширенню, обміну і сприйманню підлягає якраз не знання, а інформація. ***Дійсне знання є підставою для чистої практики.*** Знаючий – діє. Поінформований – вагається, зважує, приймає рішення. Таким чином знання є безпосередньою підставою для дії, тоді як інформація є підставою для міркувань і, як наслідок, опосередкованих міркуваннями реакцій. При цьому наслідки реалізації безпосереднього знання завжди відомі, бо всяке знання завжди уже передбачає результат. Тоді як, поінформованість про що б то було передбачає реакцію, наслідки якої можуть бути різноманітні від бажаних до згубних, певною мірою прогнозовані, однак ніколи не єдино можливими та стовідсотково адекватними до потоку подій.

До речі, з приводу відмінності між дійсним знанням та інформацією досить виразно висловився суфійський мислитель Абу-Хамід аль-Газалі: «Окрім таких речей, як поінформованість та здатність поширювати інформацію, існує ще й знання, котре виявляється значно вищою формою людської думки» (Ігнатенко, 1998: 57).

Відтак, соціально значима інформація або відомості за своєю природою є сукупністю уявлень про предмет пізнання чи дослідницької цікавості, набутих досвідним шляхом. Уявлення уже завжди є результатом інтерпретації опертої на контекст – зріз соціального буття людини, який є причиною і підставою порозуміння поміж індивідами, оскільки дозволяє наповнювати ідентичним або схожим змістом однакові поняття, принаймні розуміти та інтерпретувати альтернативний зміст, яким наповнює те чи інше поняття опонент. **Уявлення** – це засіб відображення реальності, який завжди передбачає контекст, соціальне середовище та можливість бути поширеним і сприйнятим іншими за посередництва символів та знаків, які, окрім іншого, формують мову.

Тож, у кінцевому варіанті знання, уявлення та інформація є феноменами, невід’ємно властивими буттю сучасної людини, природу і взаємозв’язок яких можна розкрити лише шляхом розкриття природи самої людини, опираючись на її досвід та практику. Зі заданих позицій під уявленням варто розуміти спосіб теоретичного, тобто опосередкованого контекстом, відображення реальності – штучного помешкання людини або світу. Уявлення – «продукт» інтерпретації як форми поточного пізнання. Останнє означає, окрім іншого, що всякий опис, усяка констатація реальності за посередництва символів і знаків ніколи не розкриває дійсність як вона є, а лише реальність. Тому всяка сучасна наука чи ідеологія (релігійна абощо) в теорії має справу лише з упорядкованими уявленнями про ту чи іншу галузь пізнавальної активності людини, що зводяться на базі аксіоматичних, тобто таких, істинність яких не можливо ані довести, ані спростувати, а тільки домовитися визнати як належне. Своєю чергою, «Чисте ж Знання людина реалізує винятково на практиці за умови, коли під тиском певних факторів, зокрема афекту, страху, здивування, замилювання абощо в неї на якийсь час припиняється внутрішній діалог і її сприйняттю безпосередньо відкривається предмет чи світ як він є насправді, тобто в дійсності поза штучним світом помешкання людини» (Калуга, 2014: 37).

Таким чином знання, як воно є, не просто не передбачає, але й, так би мовити, не терпить посередників. Інакше, всяке опосередковане нібито знання є лише уявленням. Знання є нерозривним з чистою практикою поза всяким контекстом, тоді як, уявлення неспростовно сполучене з говорінням або можливе винятково завдяки контексту. Спосіб безпосереднього, тобто поза контекстом та/або внутрішнім діалогом відображення буття як такого та в усіх можливих його проявах є чиста інформація, а отже чиста інформація є, по-суті, субстанцією Свідомості. У поєднанні з чистим імпульсом чиста інформація формує Знання. Тобто Знання передбачає рух, реалізацію, розгортання – загалом активність, цілком ймовірно, будучи її чистим джерелом і причиною.

Усяке уявлення, на відміну від знання, як і усяка цілеспрямовано (свідомо) поширювана чи отримувана інформація можливі лише тому, що існує контекст. **Контекст** у такому разі є своєрідним посередником, який робить можливим усякий інформаційний контакт та обмін змістовним. Саме контекст є носієм базових змістів, котрими наповнюються (базові) поняття. При цьому базові змісти практично завжди допускають певний спектр трактувань, що спираються на наявний досвід або інші підстави, притаманні тому, хто трактує. Останнє є підставою для формування цілого динамічного спектру трактувань будь-якого явища, речі чи процесу, представлених у бутті людини та водночас спільноти.

Окрім іншого, така ситуація щодо контексту і трактування понять є підставою і причиною для практично неунікнених і неспростовних суперечок на основі різночитань і т.п.

Формою прояву контексту є мова. Сама по собі мова без контексту, «прошитого» у ній, була б просто набором звукових вібрацій, можливо упорядкованих відповідно до якихось критеріїв, наприклад, чергування голосних і приголосних тощо. Але як тільки такі вібрації набудуть упорядкування, то саме упорядкування уже передбачає контекст – підставу для надання змісту вібраціям та основу для їх систематизації. Отже, мова без контексту не можлива. А сам контекст виявляється таким собі загадковим явищем у бутті всякої системи, що автоматично передбачає взаємодію поміж її елементами на основі обміну системою упорядкованих сигналів, кожен з яких неодмінно несе базовий зміст. Таким чином, образно кажучи, контекст є таким собі «продуктом» і проявом задуму творця щодо свого творіння, його функціонального навантаження, котре для самого творіння, швидше за все, відкривається як зміст його існування. Звідси можна зробити досить неординарний висновок про те, що всяка сигнальна система, наразі мова, містить у собі приховані змісти існування того, хто послуговується нею. Питання лише у методі виявлення змісту. Щоправда, зважаючи на загальну «затурканість» мас, у т.ч. і тих їх представників, що мають академічні звання чи церковні або інші сани, герменевтика (від грец. ερμηνεύειν – тлумачити) в усіх її різновидах від філософської у виконанні Фрідріха Шлейєрмахера, Вільгельма Дільтея та інших до тлумачення Тори, Біблії, Кабали, Корану тощо, виявилася, м'яко кажучи, малодієвим методом щодо віднаходження істини як вона є. Хоча з іншого боку, та ж таки герменевтика в руках релігійних та ідеологічних, у т.ч. і наукових «пророків» та «пастирів» виявилася добрим засобом для формування світоглядних парадигм, котрими «засліплені» маси, себто великі групи соціальних істот, зосереджених на поточних клопотах. Відтак, тлумачення дійсності або, умовно кажучи, «свідчень» про дійсність, що набрали сакральних форм, у прагненні людини осягнути саму дійсність виявляються великою перепоною чи перешкодою, а з іншого боку, суттєвим стримуючим фактором, котрий відволікає увагу від дійсності тих, хто її з тих чи інших причин не готовий сприйняти. Отже переважна більшість тлумачень, щоб не сказати практично усі тлумачення створюють таку собі когнітивну завісу – своєрідний інформаційний шум.

Інформаційний шум як феномен людського буття можна розглядати щонайменше з двох позицій: як природній феномен та як явище культурного буття людини, тобто таке, що має штучне походження. У першому випадку інформаційним шумом виявляється вся та інформація, яка у силу особливостей суб'єкта сприйняття інформації, зокрема його когнітивного потенціалу тощо, виявляється несприймабельною ним, тобто такою, що не призводить до очевидних якісних змін на рівні суб'єкта і до якої суб'єкт або залишається інертним, або на яку мимоволі відволікається. У другому випадку інформаційний шум є результатом цілеспрямованої, рідше неусвідомленої (хаотичної, себто суєти) діяльності. Зрештою, для масового споживання інформація говорить про те, що інформаційним шумом є несуттєва за змістом, вторинна за походженням, нерелевантна, тобто така, що не може задовольнити запит суб'єкта, не актуальна інформація, якою, як правило, супроводжуються або в окремих випадках

заміщуються (бажані) відомості. При цьому постає досить актуальне питання, яке чомусь прийнято вперто ігнорувати: а чи сам суб'єкт усвідомлює, яких саме відомостей або яку саме інформацію він потребує. Йдеться, насамперед про те, чи не нав'язуються йому поза його свідомістю потреби загалом, у т.ч. так звані духовні, не говорячи уже про фізичні, та інформаційного штибу зокрема. До прикладу, чи справді така важлива інформація для конкретного індивіда, що саме відбувається конкретно в конкретному місці? Чи це, окрім іншого, спосіб масового нагнітання певної атмосфери, формування запиту у надлишковій інформації абощо.

Звичайно, принаймні на перший погляд виявляється, що у поточному бутті та діяльності, особливо в інформаційній сфері суб'єкт орієнтується у своїх інформаційних потребах, оскільки вони так чи інакше допомагають йому вибудовувати свій світогляд і те, що умовно можна назвати, стратегією життєдіяльності, а ще задовольнити поточні «насушні» потреби, відповідаючи на банальні питання що?, де?, коли?, в яку ціну? тощо. Проте навіть відповіді на подібні банальні питання виявляються щонайменше підставою для численних вагань та сумнівів, а в гіршому випадку для необдуманих або й деструктивних дій, які б людина навряд чи вчинила, не отримавши провокативного характеру інформацію.

Тож у поточному житті, якби це дивно звучало, людина занурена в надлишкову інформацію, яка не лише обтяжує чи й відволікає, але й іноді призводить до непоправних наслідків. Однак уникнути потоку інформації чи викоринити у собі потребу у надлишковій, найчастіше пустій чи поверховій інформації людина принципово не може, аж поки не навчиться довільно припиняти внутрішній діалог – такий собі «процесор», що діє винятково на інформації як на такому собі «пальному».

Відтак, інформаційний шум є невід'ємним супровідним явищем соціального буття людини. Людина, по-суті, у нього занурена усе життя з моменту її, так би мовити, примусової соціалізації – фактично «втягування» новонародженої істоти в соціально-культурний простір, який як і контекст, принаймні складається на те, уже певним чином існує до появи соціальної, оскільки виступає умовою її соціалізації і існування. А не навпаки, як те хочуть подати грубого штибу прихильники ідей еволюціонізму, матеріалісти тощо: соціалізуючись у ході еволюції соціальна істота формує простір свого «штучного помешкання», себто соціально-культурний простір.

Що ж до спрощеного варіанту або явно технічного підходу до трактування явища інформаційного шуму, то інформаційний шум зводиться до статусу утилітарності: усяке повідомлення, котре не несе корисної (для споживання) інформації, є або цілком інформаційним шумом або містить значну його частку. При цьому за утилітарного підходу одна й та ж інформація за різних обставин може виявитися або корисною, або надлишковою, тобто інформаційним шумом. На разі може йтися, наприклад, про те, що оповіді когось про когось є, як правило, інформаційним шумом, що породжується схильністю людини до невпинного говоріння, якщо не вголос, то про себе, та обміну міркуваннями, котрі не несуть прямого функціонального навантаження – підстави для безпосередньої дії чи акту. Але в окремих випадках такі оповіді виявляються цільовим повідомленням для зацікавлених осіб як підстава для шантажу чи іншої форми

впливу або представників правозахисних органів як підстава для ідентифікації та виявлення певної особи чи встановлення певних фактів тощо.

З іншого боку корисна інформація чи вісті, повторювані двічі чи більше разів навіть, якщо форма донесення однієї і тієї ж інформації суттєво змінна, все рівно будь-які повтори обертаються на інформаційний шум. Який, до речі, має властивість втомлювати, виснажуючи увагу, або збуджувати, викликаючи агресію тощо. В такому ракурсі інформаційний шум, не змінюючи своєї суті, радикально змінює своє функціональне навантаження. Він стає різновидом психологічної зброї – засобом маніпулювання та досягнення певних результатів. Зокрема, когнітивно (інформаційно) дезорієнтована особа стає податливою для маніпулятивних впливів, у т.ч. навіювання, значно простіше піддається змасовленню, тобто не чинить практично жодного спротиву зведення її до статусу сліпого виконавця чиїх би то було дирекцій чи настанов, наприклад, диктатора.

Проте найпряміша та найочевидніша функція інформаційного шуму у бутті соціальної істоти – розчиняти у собі дійсно дієву в конкретному місці, в конкретний час за конкретних обставин інформацію, тим самим перетворюючи суб'єкта на «сліпого» дослідника, котрий методом проб і помилок або, як жартують часто в народі, методом «наукового тикуну» досягає певних результатів, часто затрачаючи величезні ресурси, у т.ч. часові, замість того, аби ефективно розпорядитися ними у поточному існуванні. Відтак, *інформаційний шум* – це розчинник дійсного (оперативного, тобто такого, що безпосередньо реалізується на практиці) знання в безмежній кількості уявлень, доведених сліпою вірою до статусу, так званого, наукового, побутового, релігійного гатунку чи філософського абощо (поточного) знання. З огляду на суть інформації та звичної (тобто опосередкованої контекстом абощо) форми інформаційного обміну подібні поточні знання набирають форми відомостей.

Разом з тим, слід розрізняти інформаційний шум та дезінформацію. Остання також широко представлена в інформаційному просторі людства і фактично стала невід'ємною частиною, а, по-суті, і умовою його існування, як наслідок, і кожної конкретної людини зокрема. На відміну від інформаційного шуму *дезінформація* обов'язково несе у собі затребувані певним суб'єктом відомості, однак вдало спотворені таким чином, аби, з одного боку видаватися достовірними, а з іншого – призвести до бажаних результатів, на які розраховує дезінформатор (ініціатор, можливо заодно й продуцент дезінформації). До того ж, цілеспрямоване використання дезінформації не лише не виключає оперування у той же час інформаційним шумом, а часто передбачає їх поєднання як двох засобів, кожен з яких посилює ефект іншого.

Ще одним проявом інформації, що має суб'єктивний характер походження, однак тяжіє до, так званого, об'єктивного відображення певної області людського буття чи діяльності є, так зване, експертне знання. *Експертне знання* – це результат системної інтелектуальної активності, що поєднує у собі пошук, збір, обробку інформації, її осмислення в ході аналізу, синтезу, дедукції та/або індукції, інших методів отримання нового знання (уявлення, що піддається верифікації), точніше відомостей на базі (раніше) залучених відомостей. При цьому часто трапляється так, що експертне знання підмінюється *профаним знанням*. На відміну від експертного, профанне знання продукує суб'єкт (профан), який має поверхове уявлення про сферу своїх досліджень та/або не має належних або

достатніх навичок оперування дослідницьким інструментарієм, зокрема методами пізнання, тим більше спеціальними або високоінтелектуальними та відзначається низьким рівнем, умовно кажучи, «дослідницької порядності» - схильності, що проявляється як властивість дослідника бути послідовним у своїх пошуках та висновках, зокрема приймати до уваги усю наявну інформативну базу та/або фактаж, а не підходити вибірково, поверхнево чи маніпулюючи останніми з огляду на власну обмеженість та тенденційність.

Якщо говорити про експерта, то його мають характеризувати, окрім інших, такі якості:

- природна допитливість;
- схильність до проникнення в деталі та стійка увага;
- високий потенціал (розподільча здатність або функціональні можливості) інтелекту;
- поєднання здорового глузду та критичного мислення, що урівноважують одне одного, тобто дозволяють уникати стереотипів та упереджених висновків, однак утримують у межах інтерсуб'єктивного досвіду чи контексту;
- схильність до нетипових рішень та нестандартного мислення, здатність продукувати нові варіанти рішень або суттєво трансформувати під вимоги ситуації уже наявні;
- вагомий досвід роботи, інакше кажучи, максимально велика кількість засвоєних методик роботи з інформацією у певній області людської активності та/або буття;
- високий особистий статус, тобто здатність довіряти собі, бути інертним до диктату авторитетів, нечутливим до конформізму тощо;
- визнання колег, котрі таким чином засвідчують високі якості експерта і, як наслідок, формують певну ауру підтримки;
не зайвими також будуть:
 - добра життєва школа, а також престижна освіта;
 - активна публічна, оперта на наукову діяльність;
 - наявність високоякісних публікацій у виданнях, що користуються явним попитом, надто у експертів і фахівців.

Процес об'єктивації інформації, окрім того, що відкриває прямий шлях до маніпулювання інформацією, він ще й дозволяє приховувати самих маніпуляторів та зняти з них відповідальність за наслідки подібних маніпуляцій. А ось суб'єктивна інформація автоматично відсилає до її джерела. Тобто той, хто поширює певну інформацію від свого імені, несе відповідальність за її зміст і можливі (прогнозовані) наслідки, що для посередньої людини надто обтяжливо, оскільки вона не має достатніх ресурсів перейняти відповідальність за своє існування на саму себе – вона, умовно кажучи, істота системи.

Але й з суб'єктивністю не все так просто, як видається на перший погляд. Знову ж таки у Вікіпедії з посиланням на Роберта Соломона говориться, що «суб'єктивність – це прояв уявлень людини (суб'єкта) про навколишній світ, її точки зору, почуттів, переконань та бажань. Суб'єктивна інформація такою ж мірою і таким же чином відображає що б то було, як і об'єктивна інформація з тією лише суттєвою різницею, що об'єктивна інформація некритично сприймається масами чи більшістю, а також фахівцями у масі своїй як така, що

відповідає умовам і обставинам, за яких вона адекватно відображає явища, процеси та речі і разом з тим відповідає здоровому глузду (common sense), а отже нібито й дійсності, тоді як, відповідність суб'єктивної інформації обставинам і умовам, за яких вона відображає що б то було, а отже і відповідність її здоровому глузду автоматично ставиться під сумнів. Інакше кажучи, суб'єктивна інформація на відміну від, так званої, об'єктивної інформації в очах її реципієнтів завжди потребує перевірки на достеменність. При цьому суб'єктивна інформація, авторитетність джерела якої приймається як істина завдяки сліпій вірі, ідентифікується як об'єктивна інформація. Наприклад, тиран, себто вождь (пророк абощо) принципово не може помилятися в очах людини-маси (фанатика).

Таким чином, сучасна людина, як вона сама себе знає, «зшита» із інформації, занурена в інформацію, спонукувана до активності інформацією. Проте інформація є лише дечим, за чим приховується дійсність. Але дійсність недоступна пізнанню, а ось (опосередкована) інформація – матеріал для міркувань, завжди доступний людині. Більше того – неспростовний у її бутті, принаймні аж поки вона залишається зумовленою істотою.

Використана та актуальна література

1. Арендт Г. (1999). Становище людини / Ганна Арендт; [пер. М. Зубрицька]. – Л. : Літопис. – 254 с.
2. Бодріяр Жан. (2004). Симулякри і симуляція / Жан Бодріяр; [пер. з фр. В. Ховхун]. – К. : Вид-во Соломії Павличко «Основи». – 230 с.
3. Енциклопедія постмодернізму. (2003). / [за ред. Ч. Вінквіста та В. Тейлора ; пер. з англ. В. Шовкун ; наук. ред. пер. О. Шевченко]. – К. : Вид-во Соломії Павличко «Основи». – 503 с.
4. Ковчак В.О. (2015). Соціально-філософські аспекти симуляції суспільної активності та суспільної дійсності // Гілея : науковий вісник. Дніпро. – Т. 95. – С.182-185.
5. Кунанець Н.Е. (2010). Вступ до спеціальності: "Консолідована інформація" : навч. посіб. / Наталія Едуардівна Кунанець, Володимир Володимирович Пасічник; В.о. Нац. ун-т "Львівська політехніка"; За заг. ред. Володимир Володимирович Пасічник.– Львів : Вид-во Нац. ун-ту "Львівська політехніка", 2010.– 195 с.
6. Куцепал С.В. (2004). Французька філософія другої половини ХХ століття: дискурс із префіксом «пост-» : монографія / С.В. Куцепал. – К. : ПАРАПАН. – 323 с.
7. Мак-Комбс М. (2007). Встановлення пріоритетів: масмедії та громадська думка / М. Мак-Комбс; пер. з англ. М. Давиденко. – К. : К.І.С. – 256 с.
8. Пархоменко О.В. (2010). Інформація і знання: взаємозв'язок / Олексій Володимирович Пархоменко; В.о. Держ. ін-т інтелект. власності.– К. : ДІВ, 2010.– 268 с.
9. Пітерс Дж. (2005). Слова на вітрі: Історія ідеї комунікації. Київ: Видавничий дім «Києво-Могилянська академія». – 304 с.
10. Рікер П. (1983). Передмова до становища сучасної людини. / Поль Рікер // Навколо політики. – Пер. з фр. О. Мокровольського. – К. : Дух і Літера. – 196 с.

11. Сілвер Нейт. (2018). Сигнал і шум. Чому більшість прогнозів виявляються хибними : пер. с англ. / Нейт Сілвер; Пер. М. Гоцацюк.– Київ : КМ-Букс.– 544 с.
12. Arendt, Hannah. (1982). Lectures on Kant's Political Philosophy. The University of Chicago Press, Chicago. – 174 p.
13. Arquilla J. (1997). Looking ahead: preparing for information-age conflict / J. Arquilla, D. Ronfeldt // In Athena's camp. Preparing for conflict in the information age. Ed. by J. Arquilloa, D. Ronfeldt. – Santa Monica. – 237 p.
16. Durham P. (2001). Speaking into the Air: A History of the Idea of Communication / Peters John Durham // University of Chicago Press. – 304 p.
17. McQuail Denis. (1994). Mass Communication Theory: An Introduction. Third edition. London: Sage Publications. – 184 p.
18. Solomon Robert C. (2005). Subjectivity // Honderich, Ted. Oxford Companion to Philosophy. – Oxford University Press. – 900 p.

Питання для актуалізації

1. Дайте визначення таким формам оперування інформацією як знання, уявлення, переконання, переживання, марення.
2. Розкрийте ключові характеристики знання та уявлення, визначьтеся з базовою відмінністю між ними
3. Дайте характеристику суб'єкту як джерелу інформації та/або інформаційному посереднику.
4. Розкрийте суть феномену «експертне знання», охарактеризуйте функціональне навантаження експертного знання у інформаційному просторі.
5. Розкрийте суть симулякру, зокрема у контексті філософської думки Ж. Бодрійара як своєрідної «матерії» інформаційного простору.
6. Розкрийте суть феномену «мем», опишіть історію його виникнення та трансформації.
7. Дайте характеристику явищу «інтернет-мем». Наведіть приклади його ефективного застосування і проаналізуйте результати, досягнуті внаслідок його застосування.
8. Розкрийте суть інформаційно-комунікативної одиниці «фрейм»; наведіть приклади оперування нею.

Питання до семінарських занять

Мета. Усвідомлювати: інформаційне середовище як конгломерат уявлень, вражень, переконань та марень, що певним чином формує і підтримує світогляд. Мати структуроване уявлення про: природу знання, уявлення та інших форм оперування інформацією, їх функціональні навантаження, джерела то способи набуття.

Оперувати: вміннями ефективно розпоряджатися вмістом контексту як анклаву значень і змісті, що передаються за посередництва понять і термінів.

1. Розкрийте ваше розуміння суті свідомості, розуму, інтелекту, мислення, встановіть їх функції та співвідношення між ними.

2. Розкрийте вашу розуміння суті здорового глузду, критичного, логічного, образного та інших можливих і ймовірних форм та/або способів мислення, а також у якому співвідношенні вони перебувають між собою.
3. Розкрийте ваше розуміння суті знанням та уявленням, встановіть різницю між ними та охарактеризуйте їх співвідношення з інформацією.
4. Вкажіть, що є або прийнято вважати джерелом знання та уявлення, дайте характеристику згаданим джерелам.
5. Поміркуйте над тим, чи можливий світ без мислячої істоти, і якщо так, то яким би він міг бути, а якщо ні, то чому.
6. Опишіть, яким би міг бути світ, коли б його мислячі представники оперували винятково знанням.
7. Опишіть, яким би міг бути світ, коли б його мислячі представники оперували винятково уявленнями та враженнями.
8. Встановіть відмінності між суб'єктивними та об'єктивними відомостями; охарактеризуйте особливості взаємодії з джерелом суб'єктивних та об'єктивних відомостей відповідно.
9. Розкрийте суть соціального феномену «експертне знання», охарактеризуйте функціональне навантаження експертного знання у інформаційному просторі.
10. Поміркуйте над тим, кого слід вважати експертом та яким якостями і рисами має бути наділений експерт.
11. Розкрийте суть симулякру як своєрідної «матерії» інформаційно-комунікативного простору.
12. Поміркуйте над тим, чи можливий комунікативний простір (світ) без симулякрів, і коли так, то яким би він міг бути, а якщо ні, то чому.
13. Розкрийте суть феномену «мем», опишіть історію його виникнення та трансформації. Дайте характеристику явищу «інтернет-мем».
14. Приведіть приклади вдалого оперування мемом та проаналізуйте, чому це стало можливим.
15. Приведіть приклади вдалого оперування інтернет-мемами, визначьтеся з причинами та підставами, що перетворюють мем на ефективний засіб досягнення мети оператором.
16. Розкрийте суть та призначення фрейму, приведіть приклади оперування фреймами у повсякденному існуванні та соціально-значимій активності, у т.ч. міжнародних відносинах.

Тема 3. Теорія комунікації та засоби донесення комунікативних послів

Соціально значима інформація, завдячуючи своїм існуванням посереднику, завжди передбачає канали поширення та обміну, а також специфічного простору як **комунікація**.

Людина, будучи соціальною істотою, є комунікативною, щонайменше за своїм становищем, оскільки, аби бути людиною, точніше, усвідомлювати себе людиною, неодмінно має обмінюватися думками з собі подібними: розуміти інших і бути зрозумілою для інших.

Communication is the act of conveying meanings from one entity or group to another through the use of mutually understood signs, symbols, and semiotic rules (Wikimedia). Активність, спрямована на передачу відомостей від одного суб'єкта до іншого за посередництва зрозумілих для обох суб'єктів символів та знаків, особливості поєднання яких упорядковані правилами граматики.

*Основною властивістю комунікації є опосередкований контекстом (соціальним середовищем) цілеспрямований обмін інформацією, а також надання санкції чи виправдань щодо того чи іншого факту. При цьому прийнято, як правило, розрізняти такі **форми комунікації**:*

- вербальну, невербальну;
- міжособистісну, групову, масову.

Ендрю Гріфін (Andrew Griffin) у своїх розмислах про суть комунікації та її прояви у безпосередньому існуванні і діяльності людини виділяє низку комунікаційних проявів, котрі класифікує як внутрішньо-персональні. Зокрема йдеться про самооцінку, внутрішню мотивацію, стиль мислення тощо.

Разом з тим, покладаючись на дослідницький доробок Джорджа Гербнера (George Gerbner), автора «теорії культивачії» та ідеї «синдрому злого світу» можна говорити про сутнісне розрізнення комунікації за ступенем опосередкування, хоча сам дослідник воліє розрізняти типи комунікації у прив'язці до, так званого, еволюційного поступу, точніше науково-технічного прогресу. Американський науковець угорського походження розмірковує над особливостями комунікації в доіндустріальний період, коли мало місце спілкування, так би мовити, дивлячись одне одному в очі; в період індустріального буму, породженого технологічною революцією, коли з'явилися у вільному (масовому) доступі тиражовані джерела інформації, а, по-суті, і комунікації; в постіндустріальний період високих технологій, коли в розпорядженні масового споживача з'явилися аудіо-візуальні носії інформації та мобільні засоби зв'язку. Тож, відштовхуючись від згаданої щойно градації періодів становлення комунікації, цілком послідовно виокремити такі *типи комунікації*, притаманні сучасному людству:

- безпосередня – комунікатори перебувають у полі сприйняття одне одного;
- опосередкована – комунікатори своє спілкування ведуть за посередництва технічних надбань та писаного тексту;
- віртуальна – одним із комунікаторів є вигаданий герой, містичний образ або лідер наукової чи громадської думки, який з тих чи інших причин принципово не

може вступити в полеміку особисто, а від його імені це робить ініціатор віртуальної комунікації;

- знеособлена – комунікація індивіда з програмами або зі штучним інтелектом.

На початок ХХ століття сформувалася низка *точок зору на суть комунікації*, котрі певним чином узгоджувалися, доповнюючи одна одну:

- комунікація як механізм та засіб моделювання інтерсуб'єктивної картини світу та управління масовою свідомістю;

- розвіювання семантичного туману, тобто механізму подолання непорозумінь внаслідок пошуку спільних підстав для інтерпретації тих чи інших явищ, процесів, речей та фактів – спільного бачення;

- системні спроби донесення індивідуальних уявлень та переживань до відома інших шляхом їх кодифікації, тобто трансформації і поширення інформації про ірраціональний індивідуально обмежений потік буття особи до рівня раціонально сприймабельного уявлення, доступного для усвідомлення іншими;

- спосіб і механізм встановлення індивідуальної відмінності, інакшості щодо оточуючих; засвічення власної осібності та/або унікальності;

- засіб мобілізації та систематизації спільних (групових) дій.

існує чимало розвідок у царині дослідження комунікації в усіх її, так би мовити, зрізах та іпостасях. Безумовно, до провідних серед решти інших прийнято зараховувати, до прикладу, такі:

- ***теорія технологічного детермінізму Маршалла Маклюена:***

теорія, в основі якої покладено редукаціоністський підхід: результати праці, відображені у розвитку технологій у спільноті, напряду визначають особливості прогресу самої спільноти та її культурного середовища. Тобто, коротко кажучи, особливості розвитку виробництва визначають рівень розвитку свідомості, індивідуальної та колективної, а отже і особливості комунікативного простору загалом та комунікаційних мереж, технологій, а з іншого боку, стилю і способів, зокрема. Прийнято вважати, що вперше до публічного обігу термін «технологічний детермінізм» наприкінці ХІХ століття ввів американський економіст і соціолог Торстейн Вебел. Його послідовник Кларенс Ейрс довів цю теорію до крайнього виразу, запропонувавши ідею «радикального технологічного детермінізму». Проте, світу згадана теорія найкраще відома у прив'язці до імені Карла Маркса та його ідеї соціально-економічних формацій. «Технології марширують семимильними кроками від однієї нещадної революційної перемоги до іншої, зриваючи старі заводи і підприємства, продукуючи нові процеси з неймовірною швидкістю» (Чарльз А. Бірд);

- ***теорія культивування Джорджа Гербнера:***

теорія, що за свою основу бере результати, отримані в ході реалізації дослідницького проекту «Культурні показники» (Cultural Indicators) на базі Пенсильванського університету (м. Філадельфія) на чолі з Джорджем Гербнером і Ларрі Гроссом. Згадана теорія і низка висновків у її контексті виявилися чи не найцитованішими в другій половині ХХ століття. Метою дослідження було виявити рівень та особливості такого явища як телезалежність, що безпосередньо пов'язане з ефектом TV-програмування. Таким чином, кінцевий результат низки системних досліджень полягав у виявленні і відстеженні особливостей

культиваційних (маніпулятивних) впливів телевізійних програм, політики ефіру та телебачення (кіно у т.ч.) загалом на світогляд і, як наслідок, на світобачення та світоставлення як індивідів, так і груп (мас). Показовим у контексті даного дослідження було вивчення взаємозалежності між демонстрацією сюжетів, у яких у тому чи іншому ракурсі представлено насилля на екранах, з одного боку, та особливостями поведінки і ставлення до насилля представників американської спільноти, з іншого;

• ***критична теорія комунікації (соціологія масових комунікацій) на базі моделі «кодування-декодування» Стюарта Гола:***

теорія виходить з того, що попри нібито очевидну властивість практично кожного індивіда по-своєму інтерпретувати те чи інше повідомлення (вісті), все ж на практиці виявляється, що особливості тлумачень, їх, так би мовити, ціннісно-змістовний вектор визначається насамперед соціальною приналежністю індивіда та специфікою певних обставин і умов існування, притаманних тій чи іншій соціальній страті, до яких належить згаданий індивід. При цьому С. Гол схилився до думки про те, що «по-перше, відправники повідомлень обирають спосіб кодування повідомлень залежно від своїх ідеологічних та інституційних цілей і задля їх досягнення маніпулюють мовою та засобами масової інформації (повідомлення у ЗМІ містять „запрограмований варіант тлумачення” або те, що зараз називають „спін” (spin)). По-друге, отримувачі повідомлень (декодувальники) зовсім не зобов’язані сприймати повідомлення так, як їх замислили відправники; навпаки, вони можуть чинити опір і чинять його ідеологічному впливові, застосовуючи інші, часом діаметрально протилежні варіанти тлумачення, сформовані на підвалинах своїх власних уявлень і життєвого досвіду» (McQuail, 1994: 53). Відтак, у бірмінгемському Центрі досліджень сучасної культури була здійснена низка пілотних досліджень, спрямованих на виявлення «запрограмованих варіантів тлумачення». Як наслідок, було встановлено, що є три ключових базових коди, які визначають загальні особливості інтерпретації індивідом того чи іншого повідомлення в межах зумовлюючої платформи, себто соціального кластера і притаманних йому особливостей загальної культури: домінантний, невизначений та опозиційний. Домінантний код дозволяє певним чином індивіду синхронізуватися зі змістом повідомлення, тобто приймати його належне твердження, не піддаючи критичному мисленню. Невизначений код у загальному синхронізує індивіда зі змістом повідомлення, проте санкціонує його на слідування «праву винятку», себто, загалом – не можна, але в його конкретній ситуації – дозволено, принаймні, виправдано. Опозиційний код спонукає індивіда протистояти приписам чи твердженням повідомлення;

• ***теорія соціального навчання Альберта Бандури:***

теорія виходить з базового твердження про те, що людина здатна наслідувати моделі поведінки інших людей в ході власного становлення та розвитку. Тобто індивід не виробляє кожного разу нові реакції на незвичні або незнайомі умови та обставини, у яких себе віднаходить, а копіює доступні для сприйняття моделі поведінки оточуючих, при цьому встановлюючи факт «належного» та «неналежного» копіювання, покладаючись на мислення. Тобто поведінка копіюється або унаслідується в разі співпадіння низки соціальних статусів і

характеристик «зразка» для наслідування та того, хто наслідує. Або ігнорується з огляду на явні критичні відмінності між «зразком» і тим, хто потребує засвоєння нових моделей поведінки. Таким чином відбувається процес соціального навчання і становлення підростаючого покоління, що спирається у своєму розвитку на вже наявний досвід, акумульований у спільноті, а не лише на винятково індивідуально набутий досвід. Відтак, комунікація є засобом донесення/залучення до вже наявних зразків досвіду і відповідних моделей поведінки та реакцій на оточуючий світ. Між тим, певна унікальність дослідницьких висновків А. Бандури полягає у тому, що він бере до уваги факт, так званої, випадковості, себто випадкові зустрічі та випадкові події, які суттєво впливають на формування індивіда. Таким чином дослідник уникає сліпої домінанти раціоналізму, повертаючи ірраціональному чиннику, хай би як його називали від долі до волі божої, чільне місце у бутті людини. По-суті, останнє виводить теорії на рівень констатації, умовно кажучи, духовної елітарності або покликаності: не зважаючи на оточення і явні чинники, окремі індивіди внаслідок «втручання» ірраціонального чинника можуть давати неочікувані зразки поведінки, точніше дій та вчинків;

• ***теорія порядку денного або «Agenda-setting» Максвела Мак-Комбса і Дона Шоу:***

суть згаданої теорії, очевидно, чи не якнайкраще відображає ідея американського історика науки Бернарда Коена: «The press may not be successful much of the time in telling people what to think, but it is stunningly successful in telling its readers what to think about»¹. Таким чином, робоче припущення даної теорії полягає у тому, що інформаційні (новинні) повідомлення, поширювані за посередництва ЗМІ, не є просто сукупністю висвітлюваних фактів, що послідовно відображають реальність, а цілеспрямовано формують певні враження завдяки технологіям інформаційного конструювання відповідних асоціативних рядів, редагування змісту висвітлюваного матеріалу тощо. Операторами інформаційного маніпулювання або, так званими gatekeepers («вартовими») виступають на різних етапах формування новинного блоку лідери громадської думки, власники мас-медіа, топ-керівники, редактори та журналісти, тобто ті, хто в тим чи іншим способом виявляється посередником між фактом/подією та їх інформаційним споживачем у вигляді відомостей чи новин.

Акцентуючи увагу громадськості на тих чи інших подіях або ж залишаючи їх у «тіні», ЗМІ мають властивість формувати, так звані, порядок денний, тобто створювати поточну загальну картину того, що, де і як діється у світі, країні чи певному регіоні абощо;

• ***теорія спіралі мовчання Елізабет Ноель-Нойман:***

теорія за аксіоматичні твердження бере три ключові положення про те, що, *по-перше*, людям притаманне неусвідомлюване ними відчуття «приналежності» до чогось, що є відмінним і більшим за суму чистих присутностей представників спільноти і схоплюється зокрема за посередництва громадської думки або «відчуття ліктя» ближнього. *По-друге*, за надто малим винятком в людині

¹ Преса може виявитися малоуспішною у справі спонукання людей мислити [загалом], проте є приголомшливо переконливою щодо порад, про що саме [і як саме] думати» (Agenda-Setting Theory / Електронний ресурс – Режим доступу: http://www.ou.edu/deptcomm/dodjcc/groups/02B2/Literature_Review.html)

практично «вкорінений» страх самотності, що охоплюється більшістю як страх бути підданим остракізму чи ізоляції, що, відповідно, спонукає обирати такі моделі реакції на оточуючий світ та його виклики, які б гарантували індивіду його визнання іншими за «свого». *По-третє*, переважна більшість схильна йти «шляхом найменшого спротиву» та бути провідником і поширювачем найпопулярніших ідей, що охоплюють собою значні маси, що створює ефект латентного масового психозу або своєрідної «одержимості» тією чи іншою ідеєю. Відтак, переважна більшість індивідів схильна висловлюватися не так, якби їм того дійсно хотілося або на те виникають внутрішні поривання, а так, як того, на їх думку – до того ж, досить часто виправдану, хочуть чути інші.

Таким чином німецький соціолог Е. Ноель-Нойман, прагнучи знайти дійсну причину тому, чому величезні маси людей час-від-часу просто «сліпо хапаються» за певні ідеї, практично стають їх, ідей, заручниками попри критичне мислення та здоровий глузд, сформувала припущення про «спіраль мовчання». Його суть полягає у тому, що вичерпна більшість індивідів фактично автоматично воліють змовчати у разі, якщо їхнє бачення не співпадає з домінуючим баченням, тим більше, вступає із ним у конфлікт; в іншому разі – цілеспрямовано висловити змодельовану думку, синхронну з домінуючою. Тож дослідниця «спіралі мовчання» ідентифікує як невідчужувану ознаку громадської думки той факт, що: «усі прояви громадської думки об'єднують між собою їх зв'язок із загрозою ізоляції для індивіда. Там, де індивід не може вільно висловлюватися та вчиняти на власний розсуд, а повинен враховувати погляди свого оточення, щоб не опинитися в ізоляції, ми завжди маємо справу з проявами громадської думки» (Ноель-Нойман, 1996: 48). Але з іншого боку, «шанс змінити або коригувати суспільну думку лишається за тими, хто не боїться бути ізольованим. Говорячи і здійснюючи непопулярні речі, шокуючи більшість, вони здатні до неї достукатись» (Ноель-Нойман, 1996: 248);

- **інформаційна теорія комунікації Клода Шенона та Воррена Вівера:**

серед решти інших теорій щойно згадана теорія вирізняється міцною опорою на математичні розрахунки та принципи програмування у сфері комунікації, оскільки її, так би мовити, продуцентами є американські фахівці в галузі прикладної математики та родоначальники інформаційних технологій. Ключовий момент теорії пов'язаний з пошуком ефективних шляхів подолання неспростовної різниці між щонайменше об'ємом переданої та сприйнятої інформації і, як наслідок, її певного спотворення, викликаного втратами в ході передачі та внаслідок часткового розмивання у потоці інформаційного шуму. Дослідники дійшли висновку, що досягнення мети донесення близького до ста відсотків об'єму інформації і, таким чином, ідентичної за змістом, можливо досягти внаслідок вчинення таких дій, як повторне (бажано системне) кількаразове дублювання переданої інформації, а також донесення однієї і тієї ж інформації до реципієнтами за посередництва різних каналів комунікації.

Дещо модифікував згадану модель італійський мислитель *Умберто Еко*, ввівши до системи обміну чи передачі інформації ірраціональний чинник, котрий позначив як «код» – таку собі систему ймовірностей, котрі дозволяють тією чи іншою мірою набувати резонанс чи опинятися в стані дисонансу «ретранслятору» і «приймачу» інформації відповідно. Інакше кажучи, під поняттям коду

розуміється ситуація поширювача інформації та ситуація споживача інформації відповідно. Якщо коди співпадають, то споживач перебуває в стані здатності «почути» поширювача, в іншому випадку формується ситуація непорозуміння або несприйняття між комунікаторами. Зразком співпадіння кодів у даному контексті є ідентичне або явно близьке до ідентичного наповнення змістом понять, за посередництва яких доноситься/сприймається інформація;

- **теорія символічного інтераціоналізму Джорджа Герберта Міда:**

суть теорії полягає у тому, що всяка передача інформації, а отже і комунікація має опосередкований характер. І таким посередником між джерелом інформації та її «споживачем» є символ. Символом виступає як слово, точніше поняття, яке вказує на дещо, представлене в реальному (конкретне) чи віртуально (абстрактне поняття), так і жест, образ, а ще, як би це дивно звучало на перший погляд, синтаксис як певна (*наперед дана, себто додосвідна*) упорядкована система закономірностей, яка дозволяє обмінюватися символами, розраховуючи на певне порозуміння. Відтак, будь-яка комунікація носить неодмінно соціальний характер, оскільки соціальне і є тим континуумом, який містить у собі, зберігає і забезпечує передачу у поколіннях синтаксису. До речі, синонімічним у даному разі до поняття синтаксису є поняття контексту, а їх, так би мовити, персоналізованими носіями є аутентичні культури, в іншому варіанті – менталітети, притаманні кожній конкретній групі людей. Природно, аутентичні культури не є і принципово не можуть бути замкненими системами. Кожна із них має ядро та периферію. Периферіями аутентичні культури накладаються на чи проникають одна в одну, тим самим формуючи пласт загальнолюдської культури зі своєрідними «кодексами», представленими за посередництва, так званих, загальнолюдських цінностей;

- **теорія когнітивного дисонансу Леона Фестингера:**

дана теорія апелює до проявленого в досвіді кожної людини джерела або причини її активності – внутрішнього дисонансу, що дає про себе знати за посередництва низки відчуттів, що породжують негативні переживання на противагу відчуттю задоволення. Оскільки ж констатація внутрішньої напруги відбувається за посередництва мислення (внутрішнього діалогу), то і наявний дисонанс автоматично сприймається як когнітивний, себто осмислена несумісність бажаного і наявного, що викликає роздратування. У контексті ж теорії когнітивного дисонансу останній породжується невідповідністю між уявленням про самого себе чи що б то було суб'єкта і зовнішнім баченням самого суб'єкта іншими або чого б то було. Останнє породжує напругу, викликаючи роздратування та підштовхує до певних дій, серед яких чільне місце, як правило, відводиться маніпулюванню інформацією. Суб'єкт, аби уникнути когнітивного дисонансу або має переглянути власні уявлення, звички чи схильності, або «вийти» з-під впливу неприємної інформації у той чи інший спосіб. Переважна більшість індивідів, будучи суттєво обмеженими щодо вольових ресурсів, схиляються до того, аби якимось чином уникати дратівливої інформації або певним чином її спотворювати внаслідок своєрідних інтерпретацій.

Виявлена ситуація відкриває певні можливості щодо маніпулювання поведінкою та світоглядом значної частини представників спільноти, наприклад, шляхом надання тих чи інших аргументів на користь тих чи інших соціально

значимих дій, вчинення яких вело б до ослаблення тиску когнітивного дисонансу або дисонансу загалом. Таким чином ЗМІ можуть спонукати до масових рухів, заворушень абощо, а з іншого боку викликати соціальну апатію, відмову від боротьби за дійсні цінності і права тощо.

Своєрідною «матерією» інформаційного (інтерсуб'єктивного) світу є симулякри. **Симулякр** (від лат. *simulacrum* – подoba, копія) – термін, що з'явився в активному вжитку у просторі постмодерністської філософії. Ним прийнято позначати зображення, копію того, чого насправді не існує. Сьогодні найчастіше розуміється як таке собі соціокультурне утворення в поточному існуванні людини, що копіює форму вихідного зразка. При цьому, копія може бути чого завгодно і яких завгодно смислів.

До Бодріяра прийнято було говорити фактично про два варіанти відображення чого б то було – точне та змінене або, як би це сказав Платон, – правдиве та (навмисно) спотворене. А ось Бодріяр уже пропонує розрізняти п'ять послідовних фаз, через які той проходить, щоб стати таким собі «чистим» симулякром:

- «він є відображенням глибокої реальності»;
- «він маскує і спотворює глибоку реальність»;
- «він маскує відсутність глибокої реальності»;
- «він позбавляє зв'язку із будь-якою реальністю»;
- «він є чистим симулякром себе» (Бодріяр, 2004: 12).

У світі інформації окреме місце належить своєрідній інформаційній одиниці, яку з подачі англійського дослідника поведінки живого Річарда Докінза прийнято позначати поняттям «мем» (англ. *memе*; у іншій транскрипції – «мім»). У своїй книзі «Егоїстичний ген», що побачила світ у 1976 році, він виводить поняття мему та розвиває ідеї навколо згаданого феномену у бутті людини. Подальший розвиток міркувань автора на згадану тему знайшов своє продовження у книзі «Розширений фенотип».

Під мемом прийнято розуміти таку одиницю інформації, яка насамперед передається від одного члена спільноти до інших шляхом імітації, вправляння, гри абощо та, радше апелює до образного мислення, аніж до логічного. У своєму відтворенні (реплікації) мем спирається на асоціативні ряди, водночас нечутливий до інструментарію аналітики, перетворюючись у світлі логічного мислення, як правило, на нісенітницю чи абсурд.

Швидке і масштабне поширення мемів та проникнення їх практично в усі сфери взаємодії та обміну інформацією, на думку Д. Рашкоффа, пов'язане з утвердженням у другій половині ХХ століття у просторі глобального світу «ери інфосфери», визначальною рисою якої є масовий доступ до інформації найрізноманітнішого ґатунку практично без обмежень у часі та просторі.

Мемом може бути практично усе, що завгодно, тільки б воно викликало масовий резонанс на рівні свідомості індивіда та громадської думки загалом. Іноді меми прийнято ще розуміти як знаки, що очищені від попереднього або первинного змісту.

Що ж до класифікації мемів, то залежно від критерію їх виділяють кілька. Зокрема, з огляду на зародження мема прийнято розрізняти

- цілеспрямовано створені. Це, так звані «форсед мему», створені маркетологами або окремими користувачами для розкрутки бренду чи самих себе у соцмережах;

- кооптовані. Мему, що виникають, як правило, спонтанно, однак швидко підхоплюються зацікавленими сторонами та розкручуються з тією чи іншою метою;

- самопороджувані. Зразок чистої народної творчості, коли автора практично не можливо виявити, оскільки ідея, так би мовити, крутилася відразу у багатьох головах.

За семіотичною ознакою мему поділяються на

- візуальні. Сюди належать різноманітні (улюблені) картинки: демотиватори, комікси, едвайси, фото жаби, макроси і т.д.;

- аудіальні. Пісні, салогани, девізи;

- текстові. Будь-які словесні вирази, неологізми абощо;

- змішані. Відеомему, картинки з текстом абощо.

Відповідно до каналів поширення мему

- інтернет-мему;

- теле-мему;

- радіо-мему;

- прес-мему (друковані видання, преса).

За стилем впливу на свідомість

- іронічні;

- мотивуючі чи демотивуючі;

- агітаційні.

За особливостями аудиторії

- загальні;

- спеціалізовані (локальні), тобто у межах групи фахівців, у просторі субкультури абощо.

Мему також за своїми ознаками бувають

- персонаж ними – вигляд відомої людини красномовно говорить сам за себе;

- синтаксичними – поєднання повторюваної і змінної частини фрази, зокрема: «Можна безкінечно дивитися на три речі: ...»;

- ситуативними – поєднання типових взаємозамінних елементів однієї і тієї схеми;

- компоративними – мему, засновані на порівнянні кількох зображень, наприклад, «я та той хлопець».

Ще однією інформаційною одиницею, якою досить активно послуговуються насамперед ЗМІ і, відповідно, журналісти, створюючи масові враження та настрої щодо тих чи інших подій, фактів та осіб, зокрема політичних чи інших діячів, знакових персон культури і мистецтва абощо, є, так званий фрейм. **Фрейм** (англ. *frame* – кадр, рамка) – так би мовити, готова до вжитку інтерпретаційна структура, яка у поєднанні з іншими подібними структурами створює підстави для структурування та оціночного ставлення навколишнього світу, його елементів абощо. Що ж до соціально-політичних наук, то в їх межах фрейм

розуміється як певного роду завершений змістовний контент, оперуючи яким, індивід осмислює себе у світі.

Для буденної людини важливішим виявляється фрейм у порівнянні з фактом, а тим більше з очевидними. Між іншим, з цього приводу побутує досить влучне, хоч і досить болісне для фанатів висловлювання, яке найчастіше приписують Георгу Гегелю: «Якщо факти суперечать моїй теорії, тим гірше для фактів». І у такт цьому висловлюванню продовжує польський письменник Стефан Гарчинський: «Факти – це пісок, що скреготить на шестернях теорії».

Використана та актуальна література

1. Бодріяр Жан. (2004). Симулякри і симуляція / Жан Бодріяр; [пер. з фр. В. Ховхун]. – К. : Вид-во Соломії Павличко «Основи». – 230 с.
2. Енциклопедія постмодернізму. (2003). / [за ред. Ч. Вінквіста та В. Тейлора ; пер. з англ. В. Шовкун ; наук. ред. пер. О. Шевченко]. – К. : Вид-во Соломії Павличко «Основи». – 503 с.
3. Калуга В.Ф. (2014). Знання як результат активності людини, особливості його набуття і верифікації // Гуманітарні студії. Збірник наукових праць. Випуск 23 / редкол.: А.Є.Конверський [та ін.]. – К. : Видавничо-поліграфічний центр «Київський університет». – с. 27-37.
4. Калуга В.Ф. (2008). В пошуках шляху із пастки утилітарного світу : ірраціональні чинники облаштування спільного світу як альтернатива засиллю приватного інтересу та надуманого раціоналізму / В.Ф. Калуга. – К. : Міленіум. – 162 с.
5. Ковчак В.О. (2015). Соціально-філософські аспекти симуляції суспільної активності та суспільної дійсності // Гілея : науковий вісник. Дніпро. – Т. 95. – С.182-185.
6. Кунанець Н.Е. (2010). Вступ до спеціальності: "Консолідована інформація" : навч. посіб. / Наталія Едуардівна Кунанець, Володимир Володимирович Пасічник; В.о. Нац. ун-т "Львівська політехніка"; За заг. ред. Володимир Володимирович Пасічник.– Львів : Вид-во Нац. ун-ту "Львівська політехніка", 2010.– 195 с.
7. Куцепал С.В. (2004). Французька філософія другої половини ХХ століття: дискурс із префіксом «пост-» : монографія / С.В. Куцепал. – К. : ПАРАПАН. – 323 с.
8. Мак-Комбс М. (2007). Встановлення пріоритетів: масмедії та громадська думка / М. Мак-Комбс; пер. з англ. М. Давиденко. – К. : К.І.С. – 256 с.
9. Пархоменко О.В. (2010). Інформація і знання: взаємозв'язок / Олексій Володимирович Пархоменко; В.о. Держ. ін-т інтелект. власності.– К. : ДІВ, 2010.– 268 с.
10. Пітерс Дж. (2005). Слова на вітрі: Історія ідеї комунікації. Київ: Видавничий дім «Києво-Могилянська академія». – 304 с.
11. Рікер П. (1983). Передмова до становища сучасної людини. / Поль Рікер // Навколо політики. – Пер. з фр. О. Мокровольського. – К. : Дух і Літера. – 196 с.
12. Сілвер Нейт. (2018). Сигнал і шум. Чому більшість прогнозів виявляються хибними : пер. с англ. / Нейт Сілвер; Пер. М. Гоцацюк.– Київ : КМ-Букс.– 544 с.

13. Чумаченко В.А. (2009). Політ нічного метелика: Характерницьке мистецтво в Україні / В.А. Чумаченко – Кривий Ріг: Видавничий дім «Калинова сопілка». – 234 с.
14. Arendt, Hannah. (1982). Lectures on Kant's Political Philosophy. The University of Chicago Press, Chicago. – 174 p.
15. Arquilla J. (1997). Looking ahead: preparing for information-age conflict / J. Arquilla, D. Ronfeldt // In Athena's camp. Preparing for conflict in the information age. Ed. by J. Arquilloa, D. Ronfeldt. – Santa Monica. – 237 p.
16. Durham P. (2001). Speaking into the Air: A History of the Idea of Communication / Peters John Durham // University of Chicago Press. – 304 p.
17. McQuail Denis. (1994). Mass Communication Theory: An Introduction. Third edition. London: Sage Publications. – 184 p.

Питання для актуалізації

1. Розкрийте суть комунікації як умови і механізму поширення та обміну соціально значимою інформацією та/або відомостями.
2. Опишіть стилі комунікації, притаманні колективам, групам, соціальним утворенням загалом.
3. Розкрийте суть та функціональне навантаження технологій управління «прикладними» технологіями – інформаційні мегатехнології.
4. Розкрийте суть концепції засобів комунікації Н. Лумана.
5. Розкрийте суть концепції комунікативної раціональної влади Ю. Хабермаса.
6. Розкрийте суть комунікативного підходу у контексті концепції влади Т. Парсонса.
7. Розкрийте суть зовнішньополітичних комунікацій, охарактеризуйте види і засоби здійснення зовнішньополітичних комунікацій.
8. Розкрийте особливості управління зовнішніми та внутрішніми потоками відомостей у дипломатичній діяльності.
9. Розкрийте структуру та класифікуйте зовнішньополітичні комунікативні технології.
10. Опишіть головні технологічні та технічні бази інформаційних систем.
11. Опишіть класифікацію та архітектуру міжнародних інформаційних систем.
12. Розкрийте суть зовнішньополітичних комунікацій, охарактеризуйте види і засоби здійснення зовнішньополітичних комунікацій.
13. Розкрийте особливості управління зовнішніми та внутрішніми потоками відомостей у дипломатичній діяльності.
14. Розкрийте структуру та класифікуйте зовнішньополітичні комунікативні технології.
15. Опишіть головні технологічні та технічні бази інформаційних систем.
16. Розкрийте класифікацію та опишіть архітектуру міжнародних інформаційних систем.

Питання до семінарського заняття

Мета. Усвідомлювати: себе та інших як акторів та посередників комунікаційних процесів, суб'єктів та об'єктів інформаційних посилів.

Мати структуроване уявлення про: шляхи, способи і методи формування і підтримання елементів громадської думки та індивідуального світогляду.

Оперувати: вміннями обирати і використовувати ефективні способи донесення та/або нав'язування бажаної чи необхідної інформації як симбіозу відомостей та емоційного заряду; методи і способи протидії нав'язуванню та маніпулюванню на рівні індивіда та колективного думки

1. Поміркуйте над тим, чим є комунікація за своєю природою, що призвело до її виникнення та що є необхідним і достатнім для підтримання комунікації.
2. Розкрийте усі можливі канали комунікації, проаналізуйте їх переваги та слабкі місця.
3. Розкрийте стилі комунікації та встановлення комунікативних зв'язків, проаналізуйте їх переваги та слабкі місця.
4. Опишіть засоби комунікації, притаманні людині, іншим живим істотам, проаналізуйте їх переваги та слабкі місця.
5. Поміркуйте над тим, якими б могли бути засоби, стилі та методи комунікації, коли б мова йшла про неатропні мислячі істоти.
6. Поміркуйте над тим, чи можлива комунікація поза оперування звичними та/або відомими засобами комунікації, і якщо так, то якою б вона могла бути, а коли ні, то чому.
7. Поміркуйте над тим, чи можлива людина поза комунікацією, і якщо ні, то чому, а коли так, то якою може бути людина у такому разі.
8. Поміркуйте над тим, що є причиною і джерелом комунікації та чи можливе існування живого поза комунікацією.
9. Поміркуйте над тим, чи можливе довільне моделювання (трансформація, зміна властивостей) учасником (суб'єктом) комунікації її основ, і якщо так, то як саме, а коли ні, то чому.
10. Проаналізуйте переваги та слабкі сторони технологій управління «прикладними» технологіями – інформаційні мегатехнології.
11. Проаналізуйте переваги та слабкі сторони концепції засобів комунікації Н. Лумана.
12. Проаналізуйте переваги та слабкі сторони концепції комунікативної раціональної влади Ю. Хабермаса.
13. Проаналізуйте переваги та слабкі сторони комунікативного підходу у контексті концепції влади Т. Парсонса.

Тема 4. Міжнародна інформація, її характеристики та джерела

З-посеред різноманітної інформації умовно можна виокремити, знову ж таки, умовно спеціалізовану інформацію, котра стосується сфери міжнародних відносин. Таку інформацію прийнято позначати поняттям «міжнародна інформація».

Про **міжнародну інформацію** можна сказати, що це сукупність, до речі, ніким не зведена до єдиної системи та впорядкована строго до певних критеріїв, відомостей як зафіксованих у той чи інший спосіб одиниць інформації або повідомлень про події, факти, процеси, що стосуються міжнародних відносин та світової політики. Таким носіям інформації обов'язково присвоюються встановленим чином реквізити, які дозволяють ідентифікувати як самі відомості, так і джерело їх походження. Природно, міжнародна інформація включає у себе також, так звану, додаткову чи супровідну інформацію або інформацію про інформацію, зокрема її походження, джерела, обставини набуття, зберігання, розповсюдження абощо.

(Міжнародна) інформація – це таке собі повітря, що оточує і водночас живить зсередини суб'єктів міжнародних відносин та світової політики, по-суті, є необхідною умовою їх життєдіяльності. При цьому, самі суб'єкти як «споживають», так і «виробляють» для споживання іншими різного роду (міжнародну) інформацію. По-суті, йде невинне інформаційне продукування, споживання та обмін, до того ж ці процеси відбуваються одночасно. Якщо припустити уявно, що хоч якийсь би суб'єкт міжнародних відносин та/або світової політики припинив інформаційну активність, на нього б чекала неодмінно б «смерть» – розпад, трансформація абощо з огляду хоча б на те, що будь-який суб'єкт є свого роду відкритою системою, функціонування якої зумовлено постійним обміном дечим, що можна назвати енергією, а у контексті міжнародних відносин – інформацією.

До ключових функцій міжнародної інформації, окрім інших, прийнято зараховувати такі:

- ретрансляція (донесення) реципієнтам (партнерам, світовій спільноті тощо) елементів (рішень абощо) зовнішньої та водночас внутрішньої як певної підстави для зовнішньої політики суб'єктів міжнародних відносин та світової політики, зокрема держав:
- висвітлення для широкого загалу (світової спільноти) різноманітних стратегій суб'єктів міжнародної інформації;
- адресне донесення ключових меседжів;
- розширення зони, а також адаптація під конкретні обставини форм та методів міжнародної взаємодії;
- сприяння налагодженню глобальної безпеки;
- підтримання, насамперед інформаційної безпеки суб'єкта міжнародних відносин.

З огляду на колосальну роль міжнародної інформації в існуванні людства як конгломерату етносів, націй, рас абощо та сучасної техно-монотеїстичної

цивілізації, аби якомога глибше дослідити згаданий феномен, фахівці схилиються до того, щоб у ньому виділити кілька взаємопов'язаних структурних підрозділів та/або невід'ємних супутніх феноменів. Зокрема, йдеться про:

- міжнародний/внутрішній інформаційний простір;
- міжнародну/внутрішню інформаційну політику;
- міжнародну/внутрішню інформаційну стратегію;
- міжнародний/внутрішній інформаційний потенціал;
- міжнародні/внутрішні інформаційні ресурси;
- міжнародний/внутрішній інформаційний продукт;
- міжнародну/внутрішню інформаційну могутність.

Інформаційний простір – деяке середовище, у межах якого набувається і підтримується певна системність усіх можливих операцій з інформацією, а також забезпечується первинна змістовність будь-яких операцій з інформацією. Тому інформаційний простір є ще й **метаконтекстом** – першопричиною усякої змістовності, що коріниться щонайменше у становищі людини, а, швидше за все, у природі самого буття, оскільки між усім суцям має місце обмін інформацією, а без метаконтексту і, знову ж таки, інформаційного простору це принципово не можливо, принаймні з позицій логіки та буденного людського досвіду.

Інформаційна політика слідом за феноменом політики проявляється як до певної міри упорядкована сукупність механізмів, засобів та методів оперування інформацією, а також безпосередньо пов'язаними з нею сферами людської активності відповідно до поставлених цілей або на вимогу, так би мовити, дня.

Основна суть (**інформаційної**) **стратегії** полягає у кардинальному цілепокладанні – формуванні і утриманні цілісного проекту (бачення) поступу суб'єкта. Як правило, стратегія асоціюється з колективними суб'єктами, себто державою, компанією, організацією абощо.

Що ж до загальнопоширеного розуміння суті (міжнародної) **інформаційної стратегії**, то її переважно бачать як генеральний план інформаційної активності в інформаційному просторі за посередництва сукупності різноманітних засобів продукування, трансформації та донесення інформації, у т.ч. ЗМІ, розрахований на тривалий період часу. Інформаційна стратегія неодмінно має передбачати шляхи, засоби та ресурси задля досягнення рамкової, себто наміченої, однак чітко не сформованої генеральної цілі з огляду на змінність умов та обставин, з якими має рахуватися суб'єкт інформаційної стратегії у ході досягнення намічених завдань у контексті стратегії. Разом з тим інформаційна стратегія передбачає модель чи сукупність моделей інформаційної активності суб'єктів, задіяних у реалізації поточних завдань, а також сукупність принципів та застережень, відповідно до яких формуються поточні завдання, спрямовані на досягнення рамкової цілі.

Інформаційний потенціал суб'єкта можна ідентифікувати як сукупність засобів продукування, збереження, поширення та популяризації інформації, що знаходяться у його, суб'єкта, розпорядженні або й володінні. До таких засобів зокрема прийнято зараховувати наявні у розпорядженні суб'єкта:

- структуру внутрішньої системи інформації, зокрема (захищені) канали обміну нагальною та/або конфіденційною, таємною, комерційною та іншого роду важливою інформацією;

- інформаційні служби та засоби масової інформації і комунікації;
- інформаційно-аналітичні підрозділи і структури;
- інформаційні бази, сукупність обігової інформації, що обслуговує процеси життєдіяльності суб'єкта;
- інформаційні та комп'ютерні мережі, інформаційні системи.

Відтак, інформаційний потенціал, як правило, оцінюють з огляду на поєднання якісного стану інформаційної структури, потужності науково-евристичного та професійного потенціалу фахівців, залучених до забезпечення функціонування і обслуговування інформаційного простору, комунікаційних систем тощо, а також потужності видавничо-поліграфічної сфери та інформаційної індустрії загалом, при цьому, враховуючи імпульс та тенденції розвитку згаданих ланок.

Ясна річ, потенціал обов'язково передбачає наявність конкретних ресурсів. Під **інформаційними ресурсами** прийнято розуміти увесь спектр наявних засобів, а також можливостей та інформаційних джерел, за посередництва яких реалізується інформаційна активність суб'єкта, і, разом з тим, визначається його позиція в інформаційному глобальному та/або локальному просторі. Інформаційний потенціал є також своєрідним «індексом» рівня колективного, себто національного, корпоративного чи організаційного багатства. До прикладу, у Законі України «Про інформацію» у чинній редакції від 16.07.2019 № 2657-ХІІ зазначено, що «інформація є національною цінністю».

Природно, що всяке багатство можливе завдяки продуктивній діяльності. Тому інформаційна сфера, як і решта сфер неодмінно має справу зі специфічними продуктами або **інформаційними продуктами** – *результатами пошукової, аналітичної, творчої діяльності в інформаційній сфері, втіленими в різного роду матеріальні і нематеріальні одиниці споживчої вартості*. Формування інформаційного продукту, як правило, передбачає залучення чи використання технічних засобів інформаційного обслуговування та/або забезпечення. При цьому прийнято виділяти низку компонентів інформаційного продукту, зокрема національного. Сюди відносяться:

- технічні засоби зв'язку (обчислювальна техніка та інші новітні технології);
- традиційні засоби передачі інформації;
- супутникові форми забезпечення передачі інформації;
- новітні оптоволоконні мережі;
- кабельні мережеві системи;
- аудіовізуальне забезпечення передачі інформації;
- банки і бази інформаційних даних.

Зрештою, таким собі знаменником рівня розвитку інформаційної сфери колективного суб'єкта виступає **інформаційна могутність** – *властивість суб'єкта якісно позиціонувати себе у глобальному інформаційному просторі таким чином, аби успішно чинити інформаційний тиск на інших і вдало захищатися від інформаційного тиску інших, зберігаючи свою інформаційну сферу цілісною, передбачуваною і керованою, а громадську думку збалансованою і лояльною (толерантною) до суб'єкта*.

Характеристика інформаційної могутності суб'єкта формується на основі наявності і рівня потенціалу таких критеріїв:

- колективної системи захисту інформаційного простору та інформації загалом;
- інтегрованої сукупності виробників інформаційного продукту (інформаційні агентства, преса, телебачення, радіо тощо);
- упорядкованої системи формування колективної (громадської) свідомості, зокрема системи зовнішньої і внутрішньої (політичної, релігійної тощо) пропаганди.

Сучасний світ переповнений різного роду соціально значимою, у т.ч. міжнародною інформацією, об'єм якої постійно збільшується внаслідок безперервного процесу виробництва, трансформації та прирощування інформації. Не в останню чергу це зумовлено фактично тотальним впровадженням цифрових технологій практично в усі сфери життєдіяльності людини. Останнє, безумовно, стосується також міжнародних відносин та світової політики. Відтак, невпинно нарощується об'єм даних, що записуються у світових інформаційних сховищах. Як наслідок, відбувається модернізація самих сховищ, модернізуються умови зберігання і обробки інформації, розробляються та впроваджуються в життя нові можливості щодо нарощування об'єму інформації. При цьому, фахівці у сфері ІТ-технологій сформувавши нове поняття для фіксації великих об'ємів інформації – Big Data (великі дані). Цим поняттям охоплюється не просто великий об'єм даних, але й їх аналіз та управління ними. До того ж характерною рисою Big Data є те, що такого роду інформація не підлягає обробці за допомогою класичних методів з огляду на все ті ж величезні об'єми.

Що ж до технології Big Data, тобто технології обробки великих даних, то вона, як правило, може бути зведеною до трьох базових напрямів, що дозволяють вирішувати три типи завдань. Йдеться про:

- зберігання та трансформацію інформації, що надходить у гігабайти, тера-, та зетабайти для її зберігання, обробки та використання в тій чи іншій діяльності;
- структурування різноманітної інформації відповідно до її форми прояву: текстів, зображень, аудіо- та відеопродуктів абощо;
- аналіз Big Data та впровадження спектру способів обробки неструктурованої інформації, створення різноманітних аналітичних звітів.

Оперування Big Data у сфері міжнародних відносин та світової політики, окрім іншого, дозволяє провідним державам та транснаціональним корпораціям, точніше їх політичному керівництву та/або топ-менеджменту відповідно

- володіти повномасштабним адекватним уявленням про загальну ситуацію у світі, окремих регіонах та на рівні провідних гравців;
- мати цілісне уявлення про тенденції практично в усіх сферах людської активності, а також очікування мас, преференції елітних груп тощо;
- формувати уявлення про зміст тієї чи іншої прихованої, конфіденційної, таємної абощо інформації на основі аналізу супутньої або дотичної інформації;
- формувати системні проекти, до певної міри управляти світовими чи регіональними процесами.

Первинне значення поняття *«інформаційний вибух»* фіксується на констатації швидкого збільшення кількості публікацій та приросту об'єму даних, що породжують низку наслідків.

Перехід до інформаційного світу або масового користування приватними гаджетами (комп'ютерами) супроводжується, окрім інших, трьома фундаментальними інноваціями:

- перехід від механічних, а далі електричних засобів продукування, передачі, прийому та трансформації інформації, до електронних;
- мініатюризація всіх вузлів, пристроїв, приладів, машин;
- створення програмно-керованих пристроїв і процесів.

Інформаційний розрив або, як значно частіше вживають, *цифровий розрив чи цифрова нерівність* (англ. *Digital divide*), по-суті, характеризує собою суто сучасний різновид соціальної диференціації, породжений відмінністю різних верств населення або населення різних регіонів мати доступ до або якісно використовувати можливості сучасних, тим більше новітніх ІТ-технологій. Таким чином, цифровий розрив сполучений з соціально-економічною диференціацією, з пригніченням та пануванням, визиском тощо і, як наслідок, з проблемою забезпечення дотримання у межах держави громадянських прав та свобод, а у світових масштабах політичної справедливості та партнерства.

Щодо інформаційного ресурсу, то розроблена навіть певна шкала заміру потенціалу, на основі застосування якої визначається індекс розвитку інформаційно-комунікаційних технологій (ІКТ) та встановлюється динаміка його росту. Розрахунками динаміки росту ІКТ займається Міжнародний союз електрозв'язку². За результатами подібних досліджень якраз і виявляється **асиметрія інформаційного розвитку** – явна неоднорідність долучення до інформаційного простору та асиметрія у відносинах між суб'єктами інформації, за якою прослідковується інформаційна асиметрія загалом.

За своєю суттю **асиметричність інформації** – це ситуація, у якій перебувають суб'єкти спільного інформаційного простору за умови диференційованого їх розширення за різними характеристиками і якостями. Особливо обтяжливою асиметричність інформації виявляється на рівні світової політики та міжнародних відносин відповідно.

Окрім того, сучасний інформаційний світ щільно зіткнувся з проблемами, породженими явищем Big Data, які можна звести до трьох ключових площин: неструктурованість інформації, колосальні об'єми, недостатня швидкість обробки інформації (великого об'єму неструктурованої). Згадана сукупність проблем на теренах Західного інформаційного світу позначається трьома V – Volume, Velocity and Variety.

Сучасні аналітики стикаються з досить серйозним питанням щодо розрізнення цінної та надлишкової інформації. Яку інформацію брати до уваги, а від якої варто дистанціюватися є надскладним завданням, оскільки усяка інформація певним чином пов'язана між собою, а отже так чи інакше розкриває певну грань буття чого б то було. Просто інтелектуальних оперативних можливостей людини, як правило, не вистачає, аби виявити зв'язок між певною

² Міжнародний союз електрозв'язку (МСЕ) (англ. International Telecommunication Union, ITU) – міжнародна організація, у функції якої входить визначення стандартів у сфері телекомунікацій та радіо. МСЕ заснований у Парижі у травні 1865 року під назвою «Міжнародний телеграфний союз» (фр. Union internationale du telegraphe). Переважно МСЕ займається розподілом радіочастот, міжнародною телефонною організацією та організацією радіозв'язку, стандартизацією телекомунікаційного обладнання. Зараз МСЕ офіційно є спеціалізованим агентством ООН і має штаб-квартиру в Женеві (Швейцарія).

інформацією і предметом дослідження поза умовами конкретного часу і обставин. В такому разі інформація виявляється надлишковою, хоча з плином часу та зміною обставин вона може виявитися досить корисною, але уже буде втраченою або знехтуваною. Тому окремі представники академічних кіл США, зокрема Каліфорнійського, Нью-Йоркського, Вашингтонського та інших пропонують сформувати і розвивати нову наукову дисципліну – науку про Big Data. У її форматі, наприклад, вивчалися методи «зважування» інформації на предмет її корисності чи надлишковості, пошуку нових алгоритмів аналізу колосальних масивів інформації тощо.

Чинний закон, наразі український, говорить, що *«інформація – будь-які відомості та/або дані, які можуть бути збережені на матеріальних носіях або відображені в електронному вигляді»*, – ст. 1 Закону України «Про інформацію» № 2658-ХІІ від 02.10.92. зі змінами, внесеними згідно із помітною кількістю Законів України. Цим же Законом у ст. 10 встановлюються такі види інформації за змістом:

- інформація про фізичну особу;
- інформація довідково-енциклопедичного характеру;
- інформація про стан довкілля (екологічна інформація);
- інформація про товар (роботу, послугу);
- науково-технічна інформація;
- податкова інформація;
- правова інформація;
- статистична інформація;
- соціологічна інформація;
- інші види інформації.

Ст. 20 ч. 1 того ж таки Закону говорить, що за порядком доступу інформація поділяється на

- відкриту інформацію;
- інформацію з обмеженим доступом.

А у ч. 2 ст. 20 йдеться про те, що «будь-яка інформація є відкритою, крім тієї, що віднесена законом до інформації з обмеженим доступом». При цьому відкритою, на противагу з обмеженим доступом, вважається така інформація, яка перебуває у вільному доступі та підлягає публічному розголошенню. *Характерними ознаками відкритої інформації є:*

- систематична публікація інформації на шпальтах офіційних друкованих видань (наукових, галузевих, довідкових тощо);
- систематичне оприлюднення в засобах масової інформації, у т.ч. на офіційних інтернет-сайтах;
- безпосереднє надання відповідними органами і службами інформації на запит громадян, юридичних осіб та державних органів.

Вважається, що близько 85 % міжнародної інформації зосереджено в базах зберігання даних, що належать кільком інформаційним центрам світової ваги і які, по-суті, є своєрідними монополістами інформації. При цьому міжнародна інформація, будучи сконцентрованою здебільшого в закритих для загального доступу інформаційних потоках, піддається потужному захисту від витоків або несанкціонованого доступу та контролю над проходженням самої інформації.

Відповідно, контролю також піддається пропаганда тих чи інших ідей, тобто можна з великою долею ймовірності припустити, що існує не публічний серйозний ценз на ідеї, які поширюються в інформаційному просторі як окремих держав, так і світу загалом, а отже і цензор ідей або, по-суті, своєрідний суб'єкт світової політики, який можна умовно назвати світовим урядом.

Жорсткому контролю, звичайно, підлягають найбільші банки інформації та корпорації, що оперують з колосальними об'ємами інформації, розповсюджуючи їх через інформаційні потоки. До останніх належать такі гіганти інформаційного простору, як BBC, Rater, CNN, Association Press, France Press та інші. Необхідність жорсткого контролю за згаданими установами є досить очевидною. Щодо контролю над поширенням інформації згадувалося вище, а щодо контролю над банками інформації, то потреба у такому контролі зумовлена тим, що вдавшись до аналізу Big Data, оператори ефективним алгоритмів роботи з колосальними об'ємами інформації можуть виявити далеко не бажані для оприлюднення факти, які «сильні світу цього» вперто і досить успішно приховують.

Функціонування сфери міжнародної інформації як і будь-якої іншої впорядковується відповідно до деяких підстав, котрі внаслідок їх дослідження і осмислення висвітлюються як принципи – основоположні стрижні, відповідно навколо яких формується і підтримується у функціональному стані та чи інша сфера. Відтак, до провідних *принципів інформаційних відносин* (відповідно до ст. 2 Закону України «Про інформацію», що відображає загальносвітову практику юридичного регулювання та унормування, прийнято зараховувати:

- гарантованість права на інформацію;
- відкритість, доступність інформації, свобода обміну інформацією;
- достовірність і повнота інформації;
- свобода вираження поглядів і переконань;
- правомірність одержання, використання, поширення, зберігання та захисту інформації;
- захищеність особи від втручання в її особисте та сімейне життя.

При цьому, відповідно до ст. 3 вище згаданого Закону основними напрямками державної інформаційної політики на теренах України, як, зрештою, і інших цивілізованих країн, надто таких, що ратифікували «Конвенцію про захист прав людини і основоположних свобод» від 4 листопада 1950 року є:

- забезпечення доступу кожного до інформації;
- забезпечення рівних можливостей щодо створення, збирання, одержання, зберігання, використання, поширення, охорони, захисту інформації;
- створення умов для формування в Україні інформаційного суспільства;
- забезпечення відкритості та прозорості діяльності суб'єктів владних повноважень;
- створення інформаційних систем і мереж інформації, розвиток електронного урядування;
- постійне оновлення, збагачення та зберігання національних інформаційних ресурсів;
- забезпечення інформаційної безпеки України;
- сприяння міжнародній співпраці в інформаційній сфері та входженню України до світового інформаційного простору.

*суб'єкт міжнародної інформації – це вирізнене та персоніфіковане джерело ініціативи та її, ініціативи, реалізатор, тобто той/та/те, хто/що втілює власний проект у життя. Відповідно, суб'єктом може бути як особа, група осіб, колектив, так і інститут, котрий репрезентує відповідальна особа чи група осіб. Що ж до **суб'єкта інформаційних відносин** – то ним виступає джерело інформаційних відносин, що продукує, поширює та обмінюється інформацією з власної ініціативи, відповідно до власних намірів та проектів, реагуючи на умови і обставини, за яких має місце інформаційний обмін.*

Відтак, синхронно із законодавчими актами переважної більшості країн світу Закон України «Про інформацію» у ч.1 ст.4 говорить, що суб'єктами інформаційних відносин є:

- фізичні особи;
- юридичні особи;
- громадські об'єднання;
- суб'єкти владних повноважень.

Що ж до об'єкта інформаційних відносин, то ним, безумовно є інформація, представлена, зокрема, у вигляді відомостей, Big Data тощо.

При цьому суб'єкт-об'єктна зв'язка у міжнародних інформаційних відносинах передбачає низку норм і правил стримування-урівноваження, які дозволяють з певним рівнем ефективності, з одного боку, захистити право особи (суб'єкта) на доступ та обмін інформацією, а з іншого боку, забезпечення дотримання державної, комерційної та іншого роду таємниці, а також конфіденційної інформації від неправомірного доступу і таким чином цілеспрямованого або з необачності нанесення шкоди.

Використана та актуальна література

1. Декларація щодо основних принципів, що стосуються внеску засобів масової інформації у зміцнення миру та міжнародного взаєморозуміння, у розвиток прав людини (1978). / [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/995_393
2. Забара І.М. (2012). Міжнародно-правове регулювання поширення інформації: теоретичні і практичні аспекти/ І.М. Забара // Форум права. –№ 4. – С. 362-366.
3. Загальна декларація прав людини (1948). / [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/995_015
4. Європейські комунікації. Навчальний посібник. (2007) / Макаренко Є.А., Бебик В.М., Рижков М.М., Ожеван М.А. та ін.. – К.: ІМВ. – 367 с.
5. Калуга В.Ф. (2018). Основи світової політики: навчальний посібник / В.Ф. Калуга. – К. : Редакційно-видавничий відділ НУБіП України. – 132 с.
6. Калуга В.Ф. (2014). Ідентичність та самоідентичність в соціальному бутті людини: від конфлікту до єднання / В.Ф. Калуга. – Ніжин : Видавець ПП Лисенко М.М. – 412 с.
7. Калуга В.Ф. (2010). Екологія свідомості / В.Ф. Калуга – К. : Міленіум. – 154 с.
8. Калуга В.Ф. (2008). В пошуках шляху із пастки утилітарного світу : ірраціональні чинники облаштування спільного світу як альтернатива

засиллю приватного інтересу та надуманого раціоналізму / В.Ф. Калуга. – К. : Міленіум. – 162 с.

9. Конвенція про доступ до інформації, участь громадськості в процесі прийняття рішень та доступ до правосуддя з питань, що стосуються довкілля (Орхуська Конвенція). (1998). / [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/994_015
10. Конвенція про захист прав людини і основоположних свобод (1950). Конвенцію ратифіковано Законом № 475/97-ВР від 17.07.97 / [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/995_004
11. Марущак А.І. (2007). Інформаційне право: доступ до інформації: навч. посіб. / А.І. Марущак. – К. : КНТ. – 532 с.
12. Міжнародна конвенція про використання радіомовлення в інтересах миру. (1936). / [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/995_229
13. Міжнародний пакт про громадянські і політичні права (1973). / [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/995_043
14. Москвичова А.В. (2015). Міжнародна правосуб'єктність фізичної особи у доктрині міжнародного права / А.В. Москвичова, Д.І. Романченко // Актуальні проблеми сучасного міжнародного права : зб. наук. ст. за матеріалами І Харк. міжнар.-прав. читань, присвяч. пам'яті проф. М. В. Яновського і В. С. Семенова, Харків, 27 листоп. 2015 р. : у 2 ч. – Харків. – Ч. 2. – С. 278-282.
15. Нестеренко О.В. (2012). Інформація в Україні: право на доступ / О.В. Нестеренко. – Х. : Акта. – 83 с.
16. Партико З.В. (2001). Образна концепція теорії інформації / Зіновій Васильович Партико; В.о. Львів. нац. ун-т ім. І. Франка.– Львів : ЛНУ ім. І. Франка.– 133 с.
17. Почепцов Г.Г. (2008). Інформаційна політика : навч. посіб. / Г.Г. Почепцов. – 2-ге вид., стер. – К. : Знання. – 663 с.
18. Arendt H. (1982). Lectures on Kant's Political Philosophy / Hannah Arendt // The University of Chicago Press, Chicago. – 138 p.
19. Gantz J. (2012). The Digital Universe in 2020: Big Data, Reinsel Bigger Digital Shadows, and Biggest Growth in the Far East / John Gantz and David Reinsel // <https://www.emc.com/collateral/analyst-reports/idc-the-digital-universe-in-2020.pdf>

Питання для актуалізації

1. Охарактеризуйте предмет та розкрийте суть феномену світової (міжнародної) інформації
2. Розкрийте місце та роль світової (міжнародної) інформації у системі міжнародних відносин.
3. Опишіть структуру та компоненти міжнародної інформації, розкрийте їх характеристики.
4. Розкрийте суть закритої, зокрема конфіденційної та відкритої інформації, проаналізуйте особливості поширення закритої та відкритої інформації відповідно.

5. Дайте характеристику центрам збору і накопичення міжнародної інформації, особливостям їх функціонування.
6. Назвіть та охарактеризуйте основні принципи міжнародних інформаційних відносин.
7. Проаналізуйте у чому полягає суть презумпції непорушності меж (недоторканості) приватного або національного існування суб'єкта.
8. Проаналізуйте засоби та механізми забезпечення дотримання принципів міжнародних інформаційних відносин, що ними послуговується міжнародна спільнота, а з іншого боку, держави.
9. Дайте характеристику суб'єктам та об'єктам міжнародних інформаційних відносин.
10. Опишіть досягнення та особливості доступу до інформації в розвинених країнах Європи, Північної Америки та Азії.
11. Розкрийте особливості діяльності фахівця з міжнародної інформації.
12. Охарактеризуйте основні віхи становлення та розвитку інформаційних відносин.

Питання до семінарського заняття

Мета. Усвідомлювати: світ як певним чином упорядковану систему інформаційних процесів та потоків.

Мати структуроване уявлення про: суть міжнародної інформації, її властивості, структурні складові та функції; суть та особливості Big Data, інформаційного розриву та асиметричності інформації.

Оперувати: навиками системного аналізу інформаційних потоків, виявлення джерела, цільової групи, контексту тих чи інших відомостей

1. Поміркуйте над характером і особливостями функціонування та розвитку світового (міжнародного) інформаційного середовища у розрізі виявлення ознак спонтанності, випадковості чи цілеспрямованості (реалізації задуму та/або проекту).
2. Охарактеризуйте принципи та/або закони і закономірності, відповідно до яких функціонує і змінюється (розвивається) світове (міжнародне) інформаційне середовище (простір).
3. Дайте загальну оцінку явищу інформаційного вибуху на рівні світового інформаційного середовища (простору), його основним етапам, причинам та наслідкам.
4. Проаналізуйте переваги та ризики, які несе тотальна інформатизація для людини як носія особистості, індивідуальності та/або суб'єктивного начала.
5. Проаналізуйте переваги та ризики, які несе тотальна інформатизація для тієї чи іншої спільноти та людства загалом
6. Проаналізуйте причини, очевидні та ймовірні наслідки процесу безперервного зростання об'єму та ролі інформації в соціальному та технічному прогресі, а щодо вирішення глобальних проблем.
7. Поміркуйте над ймовірними перспективами розвитку світового (міжнародного) інформаційного середовища (простору), зважаючи на нинішні тенденції поступу людства та антропогенні виклики сучасності.

8. Згадайте найвідоміших представників людства, тісно пов'язаних з розвитком світових інформаційних відносин та світового інформаційного простору загалом, розкрийте суть асоційованого з ними внеску.
9. Розкрийте функціональні навантаження явища міжнародної інформації як механізму тотального контролю за поширенням ідей, вподобань, а, з іншого боку, технологій.
10. Поміркуйте над тим чи можливе існування та поступ людства за відсутності єдиного інформаційного середовища (простору), і якщо ні то чому, а коли так, то опишіть приклад.
11. Поміркуйте над тим, які суб'єкти (вказіть їх природу та ключові якості/ознаки) та яким чином впливають на інформаційне наповнення світового інформаційного середовища (простору).
12. Проаналізуйте методи і засоби тотальної інформатизації світу, опишіть проблеми, на які наражаються оператори під час втілення ідеї тотальної інформатизації людства.
13. Дайте характеристику явищу міжнародної інформації як прояву глобального бізнес-проекту чи результату боротьби (конкуренції) бізнес-проектів.

Тема 5. Методи та засоби оперування інформацією

Збирання даних (інформації) – процес накопичення та систематизації відомостей, які задовольняють потреби у конкретному соціально значимому знанні. Природно, збір інформації передбачає врахування низки обставин, котрі зумовлюють ефективність як самого згаданого процесу, так і його результатів, а також дозволяють до певної міри управляти наслідками від згаданої діяльності, зокрема максимально убезпечити від небажаних наслідків, наприклад, встановлення факту непублічного збору інформації.

«У вузькому значенні, пошук і збір інформації – це метод для збору й оцінки висловлювань про реальну подію, які без цього методу не були б озвучені, тобто не стали б загальновідомими. У широкому значенні, це – метод для відтворення за посередництва мовних засобів пізнаваної реальності, тобто реальності, яка сприймається органами чуття» (Міхаель Халер).

Відповідно збір даних (інформації) залежно від типу самої інформації, а також цілей збору даних, ставлення до інформації того суб'єкту, який є її ситуативним об'єктом, рівня толерантності громадської думки тощо, може бути від цілком легітимного і водночас схвального аж до явно незаконного і водночас осудного (з огляду на мораль, етику тощо).

Легітимні методи збору інформації:

- власні спостереження:
 - відкрите та/або приховане спостереження;
 - відсторонене та/або включене спостереження;
 - експеримент;
- доступ до відомостей (документів):
 - пошук у відкритих джерелах (мережа, бібліотеки, архіви);
 - інформаційні запити до інститутів та установ;
 - свідчення очевидців (учасники, постраждалі);
- інтерв'ю (опитування):
 - експертні висновки;
 - заяви офіційних осіб;
 - інформування неофіційних джерел;
- дослідження, експертиза, аналіз.

Документ – певний об'єкт систематизованої інформації у вигляді тексту, звукозапису або зображення, збережений на матеріальному носії, що передбачає зберігання, користування та копіювання, а також відзначається певною обмеженою у часі або з огляду на певні обставини суспільною цінністю.

Відомості (документи) можуть бути

- офіційні – характеризуються низкою очевидних реквізитів (типом, вихідними даними, адресатом, авторством, підписом, печаткою). Окрім того документовані відомості можуть бути додатково захищені від несанкціонованого поширення такими засобами як: MS Word – мікродрук, персональні дані, інша прихована інформація; PDF файли – ознаки та метадані; фотографії – EXIF-дані: геометки, інформація про дату та час зйомки, пристрій на який знімали;

- неофіційні (зокрема щоденники, матеріали соціальних мереж, архіви текстів та зображень, у т.ч. відео тощо).

Також прийнято розрізняти серед документів такі:

- інформаційні;
- інформаційно-довідкові;
- інформаційно-аналітичні;
- аналітичні.

Умовно неpubлічні, у т.ч. незаконні та протизаконні методи збору інформації:

- розвідка, контррозвідка;
- шпигунство, злочинство, у т.ч. кібершпигунство, несанкціонований або незаконний доступ до каналів інформації та баз даних;
- провокація;
- шантаж;
- навмисний обман;
- фізичне насильство;
- підкуп;
- використання екстремальних ситуацій, у т.ч. тиск на «больові точки», зокрема проблеми зі здоров'ям носія інформації;

Розвідка або розвідувальна діяльність (англ. Intelligence assessment) – здійснювана за посередництва спеціальних засобів та методів діяльність, спрямована на пошук, збір та верифікацію інформації, яка у своїй цілісності становить певну таємницю, а з іншого боку – цінність, володіння якою може сприяти суттєвому впливу на перебіг подій. Як правило, розвідка здійснюється спеціально підготованими фахівцями, діяльність яких санкціонована державою у разі їх перебування на військовій (державній) службі, в іншому випадку – на свій ризик з огляду на переслідувані мотиви.

Шпигунство – незаконне збирання та/або передача третім особам інформації, що становить таємницю – державну, комерційну, наукову, приватну тощо. Зокрема у розрізі мілітарної та/або оборонної справи міжнародне гуманітарне право визначає шпигунів як осіб, які, діючи таємно або обманним шляхом, збирають (чи намагаються збирати) відомості, що мають військове значення, на контрольованій противником території з метою подальшої передачі цієї інформації протилежній стороні. Шпигуни не мають права на статус військовополоненого.

Кібершпигунство (кіберрозвідка) – несанкціоноване отримання інформації шляхом обходу (злому) систем комп'ютерної безпеки, у т.ч. завдяки застосуванню шкідливого програмного забезпечення. Кібершпигунство здійснюється шляхом як безпосереднього проникнення у комп'ютери (на сервери) та комп'ютерні мережі, так і дистанційно за посередництва Інтернету. Останнім часом арсенал методів кібершпигунства розширився аналізом цифрової активності об'єкта шпигунства, який здійснюють, як правило, провідні спецслужби, зокрема МІ-6, ЦРУ, Моссад, ФСБ. Наприклад, йдеться про відслідковування цифрового сліду, що його залишають користувачі соціальних мереж. Окрім іншого, це дозволяє виявляти терористичну та іншу незаконну діяльність.

Окремим рядком шпигунства, який не підлягає навіть непублічному, тобто в рамках, так званої, жовтої преси, обговоренню з огляду на його, умовно кажучи, сумнівну науковість варто виділити *парапсихологічне шпигунство*.

Провокація (лат. provocatio) – цілеспрямоване підбурювання до вчинення певної дії чи низки дій, як правило, протиправних з метою формування штучних несприятливих обставин життєдіяльності того, хто піддається провокації. У контексті збору інформації до провокації, як правило, вдаються заради втягування суб'єкта (шпигунського) інтересу в такі обставини, за яких ним вдається відносно легко маніпулювати.

Шантаж (фр. chantage) – цілеспрямоване залякування погрозою піддати публічному розголосу відомості або факти, оприлюднення яких потягне за собою явно негативні наслідки, у т.ч. компрометацію.

Умовно непублічні способи збору даних (інформації), у т.ч. розвідувальних даних до певної міри можуть бути виправдані низкою обставин, серед яких чільне місце відводиться, так званому, державному та/або суспільному інтересові. Природно, що чіткого визначення щодо суті суспільного/державного інтересу принципово немає і не може бути, та все ж останній передбачає такі моменти, хоча ними й не обмежується:

- розкриття та попередження антидержавних та антисуспільних дій, намірів тощо;
- розкриття та попередження діянь, що пов'язані із завданням різного роду збитків державі, резидентам держави та її громадянам;
- розкриття та попередження терористичних актів;
- розкриття та попередження, умовно кажучи, недружніх дій суб'єктів міжнародних відносин та їх резидентів чи окремих впливових осіб, у т.ч. укладання угод, що стосуються інтересів держави та/або її резидентів третіми сторонами без відома представників самої держави або її резидентів;
- розкриття та попередження різного роду злочинів або організованої злочинної діяльності, у т.ч. торгівлі людьми, наркотичними засобами, контрабанди тощо;
- розкриття антигромадської поведінки, зумисного нанесення шкоди іміджу державі та/або її резидентам;
- розкриття корупційних діянь, порушення прав і свобод людини тощо;
- розкриття суттєвої некомпетентності або непрофесійної діяльності представників держави, відповідальних осіб тощо;
- захист здоров'я і безпека людей;
- захист людей від введення в оману заявами або діями посадових осіб або організації;

розкриття інформації, що цілеспрямовано замовчується, приховується чи спотворюється заради відновлення адекватного відтворення ситуації, подій, фактів на рівні громадської думки та в експертному середовищі

Розвідники вдаються як до легальних методів збору інформації, так і до протиправних заходів. Частина з останніх часто класифікується як «шпигунство» або «крадіжка інформації».

Використана та актуальна література

1. Андрощук Г.О. (2018). Економічне шпигунство: зростання масштабів і агресивності (Частина I) / Г.О. Андрощук // Наука, технології, інновації. – № 3. – С. 39-49. // Електронний ресурс – Режим доступу: <http://nti.ukrintei.ua/wp-content/uploads/2019/07/2018-3-%D0%90%D0%BD%D0%B4%D1%80%D0%BE%D1%89%D1%83%D0%BA.pdf>
2. Андрощук Г.О. (2018). Економічне шпигунство: зростання масштабів і агресивності (Частина II) / Г.О. Андрощук // Наука, технології, інновації. – № 4. – С. 21-26. // Електронний ресурс – Режим доступу: <http://opk.com.ua/%D0%B5%D0%BA%D0%BE%D0%BD%D0%BE%D0%BC%D1%96%D1%87%D0%BD%D0%B5-%D1%88%D0%BF%D0%B8%D0%B3%D1%83%D0%BD%D1%81%D1%82%D0%B2%D0%BE-%D0%B7%D1%80%D0%BE%D1%81%D1%82%D0%B0%D0%BD%D0%BD%D1%8F-%D0%BC%D0%B0%D1%81/>
3. Березин І. (2005). Промислове шпигунство, конкурентна розвідка, бенчмаркінг й етика цивілізованого бізнесу // Практичний Маркетинг. – 22 липня. – № 101.
4. Нариси з історії розвідки суб'єктів державотворення на теренах України (2011). / [В.В. Цибулькін, Л.М. Рожан, Д.В. Веденєєв та ін. ; заг. ред. П.Д. Морозов] ; Фонд ветеранів зовніш. розвідки України. – К. : Преса України. – 534 с.
5. Ручкін В.О. (2002). Закономірність добування інформації: made in Ukraine / Валентин Олександрович Ручкін.– К. : Знання України.– 45 с.
6. Ткачук Т. (2007). Характерні особливості конкурентної розвідки та промислового шпигунства / Тарас Ткачук // Персонал. – № 2. –Електронний ресурс – Режим доступу: <http://www.personal.in.ua/article.php?ida=451>
7. Халер Міхаель (2008). Інтерв'ю : навч. посіб. / М. Халер [і інші] ; пер. К. Маккеєв, П. Демешко ; заг. ред. В. Ф. Іванов. – К. : Академія Української Преси : Центр Вільної Преси. – 404 с.
8. Халер Міхаель (2006). Пошук і збір інформації: Навчальний посібник / За загал. ред. В.Ф. Іванова та А. Коль. – К.: Академія Української Преси, Центр Вільної Преси. – 308 с.
9. Шлапаченко В.М. (2015). Шпигунство як діяльність зі здобування інформації / В.М. Шлапаченко // «Інформаційна безпека людини, суспільства, держави» 1(17). – С. 99-109.
10. Яковлев А.А. (2013). Спеціальні технічні засоби негласного збору інформації / А.А. Яковлев, О.О. Лис ", Наукові праці Чорноморського державного університету імені Петра Могили комплексу "Києво-Могилянська академія". Сер.: Комп'ютерні технології, Т. 229, Вип. 217, С. 39-43.

Питання для актуалізації

1. Розкрийте суть активності «збір інформації», поясніть чим відрізняється професійний збір інформації від непрофесійного.
2. Охарактеризуйте легітимні методи збору інформації, розкрийте їх сильні та слабкі моменти.

3. Дайте характеристику такому комплексному методу збору інформації як розвідка.
4. Розкрийте суть шпигунства як своєрідного методу збору інформації; приведіть приклади зразків шпигунства, що отримали світовий резонанс.
5. Дайте характеристику таким методам збору інформації як провокація, шантаж, підкуп.
6. Дайте характеристику таким методам збору інформації як навмисний обман, фізичне насильство, використання екстремальних ситуацій, у т.ч. тиск на «больові точки», зокрема проблеми зі здоров'ям носія інформації.
7. Дайте характеристику явищу кіберзлочинності та розкрийте його суть.
8. Охарактеризуйте обставини, що можуть послугувати виправданню нелегітимного збору інформації.
9. Приведіть зразки, так би мовити, вдалого збору інформації в економічній сфері та проаналізуйте наслідки від такої діяльності.
10. Приведіть зразки, так би мовити, вдалого збору інформації у сфері соціально-політичного життя суспільства та/або держави та проаналізуйте наслідки від такої діяльності.
11. Приведіть приклади, так званих, шпигунських скандалів та розкрийте їх ключові моменти.
12. Обґрунтуйте ваше бачення того, чи можливий світ загалом та міжнародні відносини без вдавання до нелегітимних способів та методів збору інформації.
13. Обґрунтуйте ваше бачення того, чим викликана до існування потреба у застосуванні нелегітимних способів та методів збору інформації.

Питання до семінарського заняття

Мета. Усвідомлювати: себе, інших та організації і установи суб'єктом та об'єктом інформаційного інтересу та/або цікавості.

Мати структуроване уявлення про: методи і засоби збору, добування та оцінки інформації, відмінності між публічною, конфіденційною та секретною інформацією, а також методи протидії шантажу та іншим спробам маніпулювання.

Оперувати: навиками збору, оцінювання та верифікації відомостей, протидії шантажу та іншим механізмам впливу та/або тиску, у т.ч. навіювання

1. Розкрийте суть двох способів подачі та оперування відомостями – правди та брехні, а також причин, що їх породили.
2. Розкрийте суть факту як засобу констатації певного стану предмету цікавості та/або пізнання, проаналізуйте співвідношення факту та істини.
3. Поміркуйте над причиною та підставою необхідності збору інформації або над тим, що (які умови і обставини) породило і підтримує в актуальному стані потребу в зборі відомостей (інформації).
4. Поміркуйте над тим, чи можливе оперування інформацією у сучасному світі поза цілеспрямованим її збором, і якщо ні, то чому, а коли так, то опишіть такий світ.
5. Поміркуйте над тим, чи притаманне явище цілеспрямованого збору інформації тваринному світу, і якщо так, то яким чином, а коли ні, то чому?

6. Поміркуйте над підставами і умовами, які уможливають шантаж та чи можливо позбутися явища шантажу в сучасному комунікативному просторі.
7. Поміркуйте над підставами і умовами, які уможливають підкуп та чи можливо позбутися явища підкупу в сучасному комунікативному просторі.
8. Перелічіть та обґрунтуйте свій вибір якостей і здібностей, які уможливають ефективну діяльність по збору відомостей (інформації).
9. Поміркуйте над тим, чи принципово можливо урегулювати законом усю діяльність по збору інформації, як відомостей, так і електронної, і якщо так, то яким буде в такому разі функціонувати спільнота та підтримуватися відносини між суб'єктами, а коли ні, то чому?
10. Поміркуйте над тим, чи принципово можливо урегулювати законом збір глибинної інформації, і якщо ні, то чому, а коли так, то які принципи мають бути закладені в основу відповідних нормативних актів.
11. Поміркуйте над тим, чи можливий цілеспрямований збір глибинної інформації, і якщо ні, то чому, а коли так, то за допомогою яких саме методів та засобів, а також яким чином.
12. Поміркуйте над проблемою легітимації в контексті схвалення чи осуду тих чи інших методів і засобів збору інформації: як відбувається легітимація, які методи і засоби для того використовуються.
13. Проаналізуйте відомі вам методи та засоби захисту інформації від несанкціонованого доступу, опишіть їх переваги та слабкі сторони.
14. Проаналізуйте вдалий, на вашу думку, приклад збору важливої інформації на предмет оперування засобами та методами, притаманності певних якостей та спроможностей оператора, особливості обставин тощо.
15. Обґрунтуйте ваше бачення того, чи можливий світ загалом та міжнародні відносини без вдавання до нелегітимних способів та методів збору інформації.
16. Обґрунтуйте ваше бачення того, чим викликана до існування потреба у застосуванні нелегітимних способів та методів збору інформації.

Модуль II. Ситуація сучасних людини та людства через призму інформації як атрибуту світу

Інформаційне суспільство, його природа і властивості; електронна культура

Розглядаючи суспільство як атрибут буття людини – невід’ємну і неспростовну умову існування соціальної істоти, можна дійти висновку про те, що у суспільстві постійно відбувається обмін первинною інформацією між умовно виділеними складовими суспільства, так би мовити, його клітинами, тобто окремими індивідами, та органами, себто інститутами, рухами, груми за смаками тощо. Інформація у такому разі виконує своєрідну сполучну і обмінну функції, тим самим невинно забезпечуючи цілісність суспільства. При цьому первинна інформація лише тією чи іншою мірою відображається у свідомості індивіда, на відміну від вторинної інформації. Адже первинна інформація найчастіше відображається у свідомості за посередництва таких собі відчуттів – відчуття колективної (масової) пригніченості, розпачу або ж навпаки, піднесення, ейфорії, зрештою, приналежності до колективу та «тепла соціальності» абощо. Тому можна сказати, що первинна інформація тісно сполучена з першою сигнальною системою за Павловим. Тоді як, вторинна інформація або соціально значима, тобто відомості сполучені з другою сигнальною системою.

Усяке суспільство завжди є уже інформаційним, проте, про факт інформатизації буття людини як доконаний факт стали говорити лише з моменту тотального проникнення соціально значимої інформації в усі сфери і прояви буття людини без винятку. Зрештою, якихось кілька десятків років тому виявилось, що серед не завойованого або упокореного простору частково залишився лише інформаційний простір. Останнє значно прискорило пошук нових шляхів і засобів донесення та нав’язування інформації, а разом з тим розвиток різноманітних технік і технологій навіювання, маніпулювання, які б відкривали шлях до суттєвого впливу на величезні групи населення за територіальною, мережевою, етнічною або іншою підставою об’єднання.

Таким чином суто інформаційним, як його прийнято вважати у наш час, суспільство стає тоді, коли інформація виявляється (сприймається і розуміється) предметом для масового і тотального маніпулювання, а з іншого боку – споживання. Відтак, *інформаційне суспільство* – різновид людської спільноти (суспільства), домінантною цінністю якого є інформація як своєрідний показник матеріального та/або духовного багатства, а найважливішим різновидом індивідуальної та/або колективної діяльності є виробництво та споживання відомостей (соціально значимої інформації) як своєрідного продукту. Таким чином у інформаційному суспільстві *інформація ідентифікується як найважливіший ресурс соціального буття* людини. Саме ж інформаційне суспільство передбачає (реалізацію права на) загальний вільний доступ до різноманітних джерел інформації та результатів автоматизованої обробки даних, у т.ч. Big Data, якщо такий доступ, звичайно, не вступає у конфлікт з вимогами та нормами (національного) законодавства. Разом з тим, інформаційне суспільство є результатом і водночас наслідком процесу становлення сучасної цивілізації, серед характерних ознак якої є *помітне нарощування ролі даних та системних*

уявленнь, себто, так званих, наукових знань у життєдіяльності людської спільноти та людства загалом.

З економічної точки зору інформаційне суспільство характеризується тим, що має місце *помітне нарощування частки інформаційних продуктів та послуг, а також інформаційних комунікацій у національному валовому продукті*. Як наслідок, сучасно людство стає свідком парадигми, відповідно до якої інформаційні ресурси виявляються чи не найосновнішим фактором економічного зростання. Разом з тим *інформація обертається на специфічний товар*, котрий у перспективі розрахований на масове споживання у формі упорядкованої системи подразників, під дією яких у свідомості людини «продукуватиметься» бажана (запрограмована відповідно до побажань елітного клієнта, у іншому випадку, до найчастіших запитів мас) віртуальна реальність як простір довільно контрольованого (радше оператором, аніж споживачем) перебування індивіда. При цьому, подібне, умовно кажучи, переміщення індивідів у віртуальний світ дозволить хоча б частково вирішити кілька поточних проблем, з яким на разі стикається значна частина людства.

Зрештою інформаційне суспільство тяжіє до впровадження на своїх теренах *електронної культури* як супутнього йому феномену, що пронизує собою усі сфери життєдіяльності людини та спільноти загалом. Йдеться про *новітній тип культури, в основу якого покладено мережеві комунікації, формування і підтримання у функціональному стані яких здійснюється за посередництва продуктів обчислювальних та інформаційних технологій, зокрема потужних серверів, комп'ютерів та гаджетів, сполучених між собою в просторі інтернету, а також ЗМІ*. Що ж до України, то її нормативно-правова база визначає електронну культуру «як форму культури, яка передбачає стимулювання та мотивування поширення здобутків у сфері культури за допомогою інформаційно-комунікаційних технологій» (розпорядження Кабінету Міністрів України «Про схвалення Стратегії розвитку інформаційного суспільства в Україні» від 15 травня 2013 р. за № 386-р).

чи не найпершим публічно оприлюдненим, по-суті, концептуальним документом, норми якого розкривають загальне бачення стратегії побудови інформаційного суспільства в умовах глобалізації, є прийнятий у 1997 році під час 29 сесії Генеральної Конференції ЮНЕСКО документ під назвою «Інформаційне суспільство для всіх». Положення документу нібито покликані спонукати до осмислення нового етапу існування сучасної цивілізації, особливостей трансформації традиційних економічних відносин на вимогу дня, трансформації соціокультурних факторів у життєдіяльності людини та суспільства, а також модернізацію форм кроскультурної, а надто трансстратної, себто між різними прошарками у межах того чи іншого суспільства та різними за своєю специфікою організації і функціонування спільнотами, комунікації.

З огляду на специфіку базових чинників, що визначають особливості соціально-економічного у поєднанні з культурним простору, а йдеться зокрема про особливості макроекономічної політики в державі, специфіку домінантних ідеологій і світоглядних парадигм, що охоплюють маси, разом з тим характерні елементи культури та менталітету народу тощо, прийнято розрізняти західноєвропейський та азійський типи становлення і функціонування інформаційного суспільства. Відповідно, ці два типи виказують сутнісні

відмінності щодо соціально-політичних стратегій, функціонування нормативно-правового поля, а також організації національних ринків спільнот, що до них належать.

Проте, чи не найяскравішою характеристикою стилю спільного існування та взаємодії, а отже і типу інформаційного суспільства, є специфіка прийняття менеджерського (політичного) рішення і підтримання сталих відносин у просторі двох найвиразніших, так би мовити, світів – *західноєвропейського* та *азійського*. Йдеться про

- диктатуру процедури, відповідно до якої будь-яке рішення, прийняте поза дотримання процедури, автоматично визнається нелегітимним;
- диктатуру авторитету, відповідно до якої будь-яке рішення неодмінно опирається на авторитет того, хто його приймає.

З іншого боку, попри суттєві культурно-ментальні відмінності між спільнотами, умовно кажучи, західної та східної парадигми (традиції), як на теренах Західноєвропейського, так і Азійського світів простежуються дві провідні тенденції подальшого розвитку соціального простору та взаємодії:

- симбіоз національних інтересів, репрезентантом яких прийнято вважати державу, та приватної ініціативи з прицілом на всіляке сприяння гармонійному розвитку спільноти. Так би мовити, соціал-демократичний тип взаємодії, орієнтований на визнання;
- утвердження конкуренції як дієвого механізму стимулювання трансформації економічної і сполученої з нею сфер загалом та ринкових відносин зокрема, що має позитивно вплинути на розвиток інформаційного суспільства. Прагматично-ліберальний тип взаємодії, орієнтований на диктат вигоди та/або сильнішого (нахабнішого, підступнішого абощо).

До ключових характеристик американо-англійської (англосаксонської) моделі відносяться тяжіння до поміркованого лібералізму, тобто надання переваги приватному сектору у порівнянні з державним щодо організації суспільного життя і розвитку.

Загалом, *американо-англійська модель* орієнтована насамперед на інтенсивний розвиток електронних комунікацій, оскільки тяжіє до максимального розвитку мережі різноманітних зв'язків, у т.ч. зворотних у сфері соціально-політичного, економічного, зрештою культурно-масового життя. Інформатизація суспільства, притаманна американо-англійському типу, також передбачає максимально активне поширення низки універсальних послуг у суспільстві.

Що ж до особливостей *європейської моделі інформаційного суспільства*, то вона перебуває, так би мовити, під знаком «об'єднаної Європи» та обумовлюється принципами, закладеними в основу стратегії європейської інтеграції. А усяка інтеграція неодмінно тяжіє до згладжування протиріч, пошуку балансу пріоритетів, у даному випадку між політичними та/або регулятивними інститутами та приватною ініціативою, між соціальною справедливістю та приватними інтересами; між нормами і правилами з одного боку, та стихією бажань на рівні спільноти, представлені як стихія ринку. При цьому в процесі модернізації та розвитку інформаційного (інтелектуального) сектору національної і водночас спільної загальноєвропейської економіки до уваги береться факт

відмінності між економічними потенціалами, політичними устроями, соціально-гуманітарними ситуаціями, що характеризують країни Старої Європи.

У основі *азійського типу розбудови* (інформаційного) суспільства покладено притаманні етносам жовтої раси ієрархії цінностей, а також традиції – зокрема, відданість корпорації, домінанта групи над індивідом, непохитність авторитету (старшого перед молодшими, чоловіка перед жінкою, учителя перед учнями, управителя перед підлеглими тощо), специфіка виховання та освіти, особлива роль сім'ї у бутті людини. Не останню роль у формуванні специфіки азійського регіону і типу (інформаційного) суспільства відіграють також налагоджені соціально-економічні відносини, як у середині націй (держав), так і міжнаціональні та регіональні.

Звичайно, азійський стиль існування та, відповідно, тип спільноти не є однорідним, тим більше монолітним. Зокрема, прийнято розрізняти найвиразніші стилі та типи, такі як японський, молодозазійський, китайський, індійський.

Знаковою фігурою щодо висвітлення особливостей інформаційного суспільства загалом та *японської моделі* його становлення зокрема вважається японський футуролог та соціолог Йонедзі Масуда. Будучи провідним автором концепції інформаційного суспільства, він на широкий загал у 1972 році оприлюднив «План для інформаційного суспільства – національна ціль до 2000 року», а у 1980 році – розширену та поглиблену версію плану у вигляді книги «Інформаційне суспільство як індустріальне суспільство».

Відповідно до згаданого плану пропонувалися такі стратегічні цілі:

- формування численної мережі взаємопов'язаних телекомунікаційних систем, що перебувають у цілковитій сумісності;
- поступове насичення суспільства новітніми засобами інформаційного обміну та доступу з комбінованими можливостями, до того ж з якнайпростішими умовами користування;
- покращення оперативних можливостей програмного забезпечення, розширення спектру та поліпшення якості інформаційних послуг;
- масштабна підготовка висококваліфікованих кадрів, які б ефективно забезпечували та супроводжували роботу інформаційних систем, водночас підвищували інформаційну грамотність представників спільноти;
- формування інформаційно-компетентної цілісної спільноти – нації. Останній пункт на сьогоднішній день виявився з області бажаного допустимого, однак не реалізабельного з огляду на ситуацію людини.

Притаманну азійським тиграм *модель* (розбудови) *інформаційного суспільства* прийнято називати *молодозазійською*.

В контексті азійської парадигми з певним припущенням можна говорити про *китайську модель інформаційного суспільства*, оскільки воно ще не сформовано остаточно в межах держави.

Загалом азійська модель характеризується пріоритетним розвитком лібералізації, впровадженням конкуренції і відкритості ринків, а домінантною ознакою латиноамериканської моделі є тотальна і безапеляційна приватизація інформаційних ресурсів, джерел та комунікацій нібито з метою різкого нарощування якості телекомунікаційних послуг, що нібито мало б неминуче привести до поступового впровадження конкуренції. Відтак, на перший погляд

латиноамериканська вважається значно ефективнішою аніж азійська модель. Хоча це явно упереджені висновки з огляду хоча б на те, які принципи сповідують «приватизатори» і ті, хто за ними стоїть, та якої дійсної мети вони прагнуть досягти.

У переважній більшості «третіх» країн, тобто таких, що не входять до переліку найрозвиненіших країн світу, принаймні країн Західної Європи, має місце реалізація Програми становлення інформаційного суспільства і нібито на її основі впровадження до життя концепції переходу до інформаційної доби, планів участі у трансформації суспільних інститутів, прийнятих (насправді публічно легалізованих вже наявних і попередньо схвалених вузькими колами) міжнародними організаціями ООН/ЮНЕСКО, Світовим банком, Світовою Організацією Торгівлі, Організацією економічного співробітництва і розвитку, Радою Європи, Європейським Союзом, Європейським банком реконструкції і розвитку, ОБСЄ, Центральноєвропейською Ініціативою та іншими міжнародними і регіональними урядовими і неурядовими інституціями за *активного втручання* та нібито фінансової підтримки *транснаціональних корпорацій* і підтримки нібито прогресивних урядів та/або політичних лідерів. Між тим, у «тіло» Концепцій складають виписані стратегії інформаційного суспільства, основні положення, умови і пріоритети міжнародної, регіональної і національної інформаційної політики, підвалини політичних, правових, соціально-економічних, культурних і технологічних передумов переходу до інформаційного суспільства, обґрунтовується специфіка і мета глобальних трансформацій.

На сучасному етапі поняття інформаційне суспільство фактично втратило свою актуальність, принаймні на теренах найрозвинутіших країн світу, у т.ч. на теренах ЄС. Замість згаданого поняття найчастіше використовуються у різноманітних програмах альтернативні поняття, зокрема e-Europe (2000-2009 роки) та Digital Agenda for Europe (2010-2020 роки).

Тому не дивно, що ідея «інформаційного суспільства» піддається відчутній критиці. Точкою докладання критики є виявлені експериментально факти того, що частка ВВП країн, яку виробляють галузі, де соціально значиме знання (інформація) є основним капіталом і продуктом виробництва, фактично впродовж низки років залишається незмінною. Така ситуація знайшла своє відображення у понятті «парадокс продуктивності» (англ. productivity paradox) – рівень продуктивності продуцента знижується не зважаючи на розвиток технологій. Серед чи ненайперших послідовних критиків помітне місце належить Сюзан Кроуфорд (Susan Crawford). У 2001-2002 роках критика концепції «інформаційного суспільства» помітно посилюється. Рушійною тому підставою стала, так звана, криза «дот.комів». Найпотужнішим та найпослідовнішим критиком стає американський соціолог Френк Уебстер (Frank Webster).

Нетократія (англ. Netocracy) – альтернативна і, очевидно, супутня іншим або й первісна стосовно інших, раніше визнаних форм управління спільнотою, основним ресурсом влади за якої є інформація. Безпосередній доступ до первісної, тобто нічим неспотвореної інформації і помножений на можливість цілеспрямованої маніпуляції інформацією на власний розсуд створюють достатні умови для управління як елементами спільноти, так і спільнотою загалом.

Прийнято вважати, що публічно приділили увагу осмисленню феномену нетократії шведські письменники Бард Олександр та Зодерквіст Ян, написавши

книгу «Нетократія. Нова правляча еліта і життя після капіталізму». У цій книзі автори зазначають, що «в інформаційному суспільстві найважливішим мемом буде те, що можна уявити як вузол в рибальській сітці, певний портал влади (на зразок інтернет-порталу), сполучна ланка у всеосяжній мережі. Навколо цього феномену формується найважливіший кластер інформаційної парадигми – нетократична мережа».

Використана та актуальна література

1. Калуга В.Ф. (2018). Основи світової політики: навчальний посібник / В.Ф. Калуга. – К. : Редакційно-видавничий відділ НУБіП України. – 132 с.
2. Калуга В.Ф. (2005). Влада як “силове” наповнення спільного людського існування / В.Ф. Калуга // Молода нація. Альманах. – К.: “Смолоскип”, № 2(35). – С. 154-177.
3. Красіков М.С. (2014). Підходи до визначення поняття інформаційного суспільства / М.С. Красіков // Філософія і політологія в контексті сучасної культури : науковий журнал / ред. колегія : О.С. Токовенко, П.І. Гнатенко та ін. – Дніпропетровськ : Дніпропетровський національний університет ім. О.Гончара, вид. «ЛіраМ». – Вип. 8. – с. 68-73.
4. Про схвалення Стратегії розвитку інформаційного суспільства в Україні: Розпорядження Кабінету Міністрів України // Офіційний вісник України. – 2013. – № 44. – Ст. 1581.
5. Фуко М. (1993). Правила промови. – К.: Дух і літера. – 61 с.
6. Фуко М. (1998). Наглядати і карати. – К.: Основи. – 392 с.
7. Фуко М. (1997). Історія сексуальності. – Т. 1: Жага пізнання. – Х.: ОКО. – 235 с.
8. Фуко М. (1999). Історія сексуальності. – Т. 2: Інструмент насолоди. – Х.: ОКО. – 288 с.
9. Фуко М. (2000). Історія сексуальності. – Т. 3: Плекання себе. – Х.: ОКО. – 264 с.
10. Фуко М. (2003). Археологія знання. – К.: Вид-во Соломії Павличко «Основи». – 326 с.
11. Schwarz Michiel. (2006). e-Culture: Crossovers and Challenges <http://eculturefactory.de/download/schwarz.pdf>

Питання для актуалізації

1. Розкрийте суть інформаційного суспільства.
2. Охарактеризуйте провідні критерії та ознаки інформаційного суспільства.
3. Комунікація зі швидкістю електронного сигналу
4. Перерахуйте моделі інформаційного суспільства та визначте критерії, покладені в основу розрізнення згаданих моделей.
5. Дайте характеристику англо-американській моделі інформаційного суспільства.
6. Дайте характеристику європейсько-континентальній моделі інформаційного суспільства.
7. Дайте характеристику японській моделі інформаційного суспільства.
8. Дайте характеристику китайській моделі розвитку інформаційного суспільства.

9. Дайте характеристику російській моделі розвитку інформаційного суспільства.
10. Дайте характеристику індійській моделі розвитку інформаційного суспільства.
11. Дайте характеристику моделі розвитку інформаційного суспільства третіх країн (країн, що розвиваються Південної Америки, Азії та Африки).
12. Розкрийте особливості впливу інформаційних та технологічних революцій на розвиток сучасного суспільства.
13. Розкрийте особливості зв'язку між інформаційним суспільством та соціальною революцією. В чому полягає суть феномену соціальної революції?
14. Дайте загальну характеристику домінантним парадигмам інформаційного (постіндустріального) суспільства Д. Белла, М. Кастельса, Е. Тофлера, Й. Масуди, Зб. Бжезинського, Д. Нейсбітта та ін.;
15. Опишіть історію змістовного наповнення поняття «інформаційне суспільство».
16. Опишіть обставини та умови, які сприяли становленню інформаційного суспільства та роблять його взагалі можливим.
17. Розкрийте суть понять, що вважаються аналогами «інформаційного суспільства» для констатування особливостей соціокультурного буття сучасної спільноти.
18. Інформаційне середовище: суть та основні поняття. Види предметних сфер інформаційного середовища.
19. Розкрийте суть нетократії як своєрідної форми організації владних відносин у посткласичному суспільстві та глобалізованому світі.
20. Охарактеризуйте особливості розуміння влади як знання за М. Фуко.

Питання до семінарського заняття

Мета. Усвідомлювати: інформацію (відомості) як основу функціонування та атрибут сучасного суспільства.

Мати структуроване уявлення про: властивості та особливості інформаційного суспільства, інформацію як специфічний ресурс та товар, суть та характеристики інформаційної культури, типи та особливості різних типів інформаційних суспільств.

Оперувати: навичками розрізняти інформаційні типи суспільств та відповідні моделі поведінки його членів.

1. Розкрийте переваги та слабкі місця комунікації та обміну інформацією загалом зі швидкістю електронного сигналу на рівні індивідуального та колективного існувань (людини та спільноти).
2. Розкрийте особливості впливу так званих інформаційної та технологічних революцій на ситуацію людини і суспільства у розрізі їх поступу.
3. Проаналізуйте взаємозв'язок поміж низкою так званих кольорових революцій у першій чверті XXI ст., у т.ч. Помаранчевою (2004 р.) та революцією Гідності (2014 р.) і глобальною інформатизацією в розрізі трансформації традиційного суспільства в інформаційне.

4. Опишіть обставини та умови, які сприяли становленню інформаційного суспільства і роблять його взагалі можливим.
5. Поміркуйте над тим, чому сучасний світ перетворився на «велике село», та опишіть базові принципи його функціонування і поступу
6. Поміркуйте над сутнісними відмінностями між так званим класичним та інформаційним суспільствами, попередньо визначившись з базовими характеристиками суспільства.
7. Поміркуйте над проблемою центрів впливу та рішень (влади) в контексті інформаційного суспільства: визначьтеся з їх походженням, характеристиками, ресурсами тощо.
8. Поміркуйте над ймовірними перспективами поступу і трансформації інформаційного суспільства в середньо- та довгостроковій перспективах – 10-15 та 30-50 років відповідно.
9. Поміркуйте над місцем і роллю безособового (штучного) інтелекту (ШІ) в поступі і функціонуванні сучасного (інформаційного) суспільства.
10. Розкрийте природу та ключові характеристики безособового (штучного) інтелекту (ШІ), попередньо визначившись з тим, що таке інтелект, вкажіть його переваги та слабкі місця в порівнянні з мисленнєвим потенціалом людини.
11. Поміркуйте над природою та властивостями інформації як атрибутом влади та економічним ресурсом.
12. Поміркуйте над природою криптовалюти, її перспективами та підставами щодо перспектив: чому можливе їх втілення.
13. Поміркуйте над явищем нетократії, настільки ідея відповідає реальності та яким буде світ, коли б нетократія стала стилем і способом існування спільнот.
14. Поміркуйте над силами, вкладеними в ідею влади як знання у контексті структуралізму, які властивості і схильності людини роблять такий підхід до трактування влади актуальним.
15. Поміркуйте над можливістю розвитку техніки і технологій, у т.ч. інформаційних до такої міри, аби налагодити комунікацію людини з твариною, визначьтеся з перевагами та слабкими місцями згаданої перспективи.
16. Поміркуйте над тим, яким би міг бути світ за умови налагодження системної усвідомлюваної комунікації на основі єдиного контексту (інформаційного поля) між людиною та тваринами.

Тема 7. Інформаціоналізм, його моделі; зв'язок інформаціоналізму та глобалізму; світовий саміт з інформаційного суспільства

Початок публічного модерування інформаційних потоків на світовій арені, як правило, пов'язують із заснуванням Міжнародного телеграфного союзу (фр. Union internationale du telegraphe) у травні 1865 року, на який покладалися повноваження визначати стандарти у галузі телекомунікацій та радіо. Згодом відбулася реорганізація згаданого союзу у Міжнародний союз електрозв'язку або Міжнародний телекомунікаційний союз (англ. International Telecommunication Union, ITU) зі штаб-квартирою у Женеві (Швейцарія) поруч з Палацом Націй (Європейське відділення ООН).

У 1998 році на черговій Повноважній конференції Міжнародного телекомунікаційного союзу була прийнята резолюція щодо проведення Всесвітнього саміту з питань інформаційного суспільства (WCIC, WSIS) – двох заходів: Женева, 2003 рік (10-12 грудня) (The World Summit on the Information Society (WSIS) та Туніс, 2005 рік (16-18 листопада) (Tunis agenda for the information society), організованих під проводом і за кошти ООН у вигляді наукових конференцій, ключовим питанням на яких була комплексна проблема інформатизації людства загалом та окремих спільнот зокрема.

Саміт став публічним простором щодо формування, по-суті, низки домовленостей між найвпливовішими, умовно кажучи, експертами у сфері ІТ-та ІКТ-технологій. У результаті була вироблена низка, так званих, Підсумкових документів WCIC:

- Женевська Декларація принципів;
- Женевський План дій;
- Туніське зобов'язання;
- Туніська програма для інформаційного суспільства.

«Побудова інформаційного суспільства: глобальна задача в новому тисячолітті» – основний мотив Женевської Декларації принципів.

Основний посыл – засобами інформаційних технологій сприяти впровадженню намічених у Декларації тисячоліття завдань. Щоправда з вершини поточного моменту стає очевидною та ж таки декларативність згаданих Декларацій. А отже можна дійти висновку, що функціональне призначення Декларацій полягає у дещо іншому, аніж у проголошенні дійсних напрямів діяльності суб'єктів світової політики абощо і, відповідно, мобілізації зусиль на виконання наміченого.

До Женевської Декларації входять 11 змістовних пунктів.

1. Роль державних органів та усіх зацікавлених сторін щодо оптимізації використання ІКТ (інформаційно-комунікаційних технологій) задля досягнення цілей розвитку

2. Інформаційна та комунікаційна інфраструктура як базис інформаційного суспільства

3. Розширення доступу до інформації та знань

4. Підвищення рівня компетентності

5. Підвищення рівня довіри і безпеки щодо використання ІКТ
6. Середовище сприятливих можливостей
7. Прикладне застосування ІКТ: переваги в усіх сферах життя
8. Культурна різноманітність та самобутність, мовна різноманітність і локальна культурна атмосфера
9. Засоби масової комунікації
10. Етичні засади інформаційного суспільства
11. Міжнародне та регіональне співробітництво

Женевський План дій складається з 29 позицій, розбитих на 6 кластерів.

- A. Вступ.
- B. Наміри, цілі та завдання.
- C. Порядок дій.
- D. Порядок денний щодо взаємодії у сфері цифрових технологій.
- E. Аналіз та оцінка.
- F. Підготовка до другого етапу WSIS (Всесвітнього саміту з питань інформаційного суспільства).

Туніське зобов'язання складається із 40 пунктів, котрі, по-суті, перефразовують уже раніше засвідчене у Женевській Декларації та Планові дій.

Туніська програма для інформаційного суспільства складається із 122 пунктів, розбитих на 4 кластери, та додатку.

- A. Вступ.
- B. Фінансові механізми для вирішення завдань ІКТ щодо цілей розвитку.
- C. Управління Інтернетом.
- D. Впровадження і наступна діяльність.

Задля прискорення виконання намічених на Світовому інформаційному саміті завдань, зокрема подолання, так званого, цифрового розриву, а також з позицій цивілізованого світу «інформаційного голоду» населення слаборозвинутих країн, у 2005 році у Женеві було створено Фонд цифрової солідарності (англ. The Digital Solidarity Fund – DSF або фр. Fonds mondial de solidarité numérique – FSN) як добровільний, відкритий для усіх суб'єктів, зацікавлених у формуванні та утвердженні інноваційного механізму фінансування розвитку ІКТ. Однак Фонд не отримав скільки-небудь відчутної підтримки, а тому виявився неспроможним фінансувати вагомі проекти ІКТ, як наслідок був ліквідований у 2009 році як «занадто марнотратне утворення».

Між тим, прийнято вважати, що введення у правове поле питань, пов'язаних із розвитком Глобального інформаційного суспільства, сполучене з прийняттям Окінавської хартії глобального інформаційного суспільства (Okinawa Charter on Global Information Society), прийнятої у липні 2000 року лідерами країн великої вісімки у м. Окінава, Японія. Остання послугувала поштовхом для подальшої маніфестації опіки проблемами інформатизації на світовому та регіональному рівнях. Так у 2000 році була прийнята Декларація тисячоліття ООН, далі у 2001 році – Конвенція Ради Європи про кіберзлочинність, а у 2003 році – Додатковий протокол до Конвенції Ради Європи про кіберзлочинність.

У Хартії та супутніх їй деклараціях увага зосереджується на таких головних викликах, що постають перед (глобальним) інформаційним суспільством:

- міжнародний розрив в галузі інформації та знань (п.5);

- інформаційні зловживання, що загрожують цілісності мережі та комп'ютерна злочинність (п.4, п.8);
- загроза захисту авторського права та права на інтелектуальну власність (п.7);
- загроза технологічних можливостей окремих регіонів та країн (п.7);
- загроза захисту приватного життя споживача взагалі та при обробці даних зокрема (п.7);
- загроза безпеці інформаційних систем (п.8);
- різниця у володінні інформаційними навичками окремих людей (п.11).

Загалом питання глобалізму, у т.ч. у розрізі тотальної інформатизації простору помешкання людини, на світовому рівні публічно чи не вперше було підняте на Першій всесвітній конференції з проблем глобальної цивілізації (The First World Congress of Global Civilization), що відбулася у липні 2001 року у Сіднеї, Австралія, за участі 50 постійних представників та співучасті 30 запрошених, походженням із 37 країн світу. Відповідно, у роботі конференції приймали участь представники політичних, релігійних, наукових, ділових, літературних та мистецьких кіл. У підсумку роботи конференції була прийнята «Декларація глобальної цивілізації» (The Declaration of Global Civilization).

Процес глобалізації викликає широкий спротив у представників різних етносів і соціальних страт, для яких виявляються неприйнятними ті чи інші наслідки глобальних трансформацій, стаючи причиною антиглобальних за своїм змістом рухів. Часто такі рухи використовують альтернативну назву, зокрема «Рух всесвітньої справедливості», «Рух рухів». Суб'єктами антиглобалістського руху є громадські, неурядові або політичні групи та асоціації.

Як правило, антиглобалісти виступають за, по-перше, анулювання, реорганізацією або демократизацію діяльності різноманітних офіційних наднаціональних та/або наддержавних утворень, зокрема СОТ, ВМФ, Світового банку; по-друге, формування і впровадження альтернативних варіантів прийняття рішень регіонального чи глобального характеру, а також усунення штучно створених і підтримуваних соціальних, економічних, екологічних відчутних нерівностей між державами. При цьому, тіньові світові організації уникають, так би мовити, уваги антиглобалістів, очевидно, з різних причин, у т.ч. й виходячи з того, що принаймні частина з таких рухів якраз і фінансується тіньовими «утвореннями».

Програми антиглобалістів, як правило, передбачають розвиток двох взаємообумовлених напрямів:

- трансформістського, що передбачає посилення суверенітету національних утворень;
- руйнівного, що передбачає різні форми протидії посиленню позицій, так званого, корпоративного капіталізму або й «світового уряду», який нібито стоїть за ним.

Трансформістський напрям антиглобального руху просувають численні рухи, найчастіше об'єднані за посередництва Всесвітнього соціального форуму – ВСФ, лідером же цього напрямку вважається Асоціація громадян за оподаткування фінансових операцій (Association for the Taxation of Financial Transactions for the Aid of Citizens – АТТАС), що виникла у 1998 році у Франції.

Поряд з антиглобалістськими рухами існують альтерглобалістські, певна відмінність яких полягає насамперед у тому, що останні ставляться відносно

прихильно до окремих проявів глобалізації, принаймні міжнародної інтеграції, однак наполягають на тому, що економічна складова має бути вторинною щодо екологічних питань, прав та свобод людини тощо.

Інформаціоналізм виявляється такою собі *метаідеологією та водночас базовою умовою і обставиною поточного моменту соціального буття людини, а з іншого боку – людства*. У цьому ракурсі поняття «поточний момент» покликано відобразити саме час, що охоплює останні два-три десятиліття, на відміну від поняття «сучасність», що стосується радше культурних особливостей організації спільного буття людей, аніж часових вимірів.

У цьому ракурсі глобалізм виглядає як підготовчий етап та засіб втілення у життя інформаціоналізму. Під **глобалізацією** варто розуміти – *процес всесвітньої економічної, політичної і культурної інтеграції та уніфікації, а з іншого боку, стан існування людства як єдиного соціокультурного проекту в межах єдиного життєвого простору в умовах тотальної толерантності*

Ознаки глобалізації:

- тотальна інформаційна експансія;
- розмивання культурних та ментальних кордонів і середовищ;
- утворення єдиного ринку товарів, послуг та капіталу;
- утвердження і дотримання єдиних правил «гри» або юридично-правової системи на теренах національно-культурних утворень;
- формування системи озброєнь масового знищення та масштабне поширення цих озброєнь, що перетворює практично будь-яку спільноту як і увесь світ загалом на заручника чиїхось «витівок»;
- розмивання статусу національної юридично-правової приналежності особи і зведення її до статусу «громадянина світу»;
- насаджування кроскультурного або мультикультурного середовища на теренах національних утворень.

Використана та актуальна література

1. Городецький О.О. (2011). Інформаціоналізм: метаморфози суспільства і політики / О.О. Городецький // Збірник наукових праць «Політологічні студії». –Вип. 2. – С. 228-240.
2. Декларація тисячоліття Організації Об'єднаних Націй / Електронний ресурс. – Режим доступу: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/995_621
3. Калуга В.Ф. (2018). Основи світової політики: навчальний посібник / В.Ф. Калуга. – К. : Редакційно-видавничий відділ НУБіП України. – 132 с.
4. Національний інститут стратегічних досліджень <http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:http://kh.niss.gov.ua/articles/1157/> Туніське зобов'язання / Електронний ресурс. – Режим доступу: https://informationsociety.wordpress.com/basics/wsis_outcomes/tz/
5. Сакович В. (2005). Антиглобалізм: стан і перспективи / Василь Сакович // Політичний менеджмент. К. : Український центр політичного менеджменту – № 1. – с.137-142
6. Створення в Україні «Фонду цифрової солідарності» як перспективний напрям подолання внутрішнього цифрового розриву. Аналітична записка / Електронний ресурс. – Режим доступу:

- <http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:http://kh.niss.gov.ua/articles/1157/>
7. Офіційний переклад на українську мову тексту Директиви: «Директива 2002/22/ЄС Європейського парламенту та ради від 7 березня 2002 року» / Національний інститут стратегічних досліджень // Електронний ресурс. – Режим доступу: http://www.nkrzi.gov.ua/img/zstored/File/22_Ukr_Univ_service.pdf
 8. Трофименко М. (2010). Антиглобалістський рух в Україні / М. Трофименко // Сучасна українська політика. Політики і політологи про неї. – К., – Вип. 21. – С. 200-209.
 9. Туніська програма для інформаційного суспільства / Електронний ресурс. – Режим доступу: <http://old.apitu.org.ua/wsis/tp>
 10. Цілі розвитку тисячоліття 2000 – 2015 / Електронний ресурс. – Режим доступу: <http://www.un.org.ua/ua/tsili-rozvytku-tysiacholittia/mdgs>
 11. Цілі сталого розвитку 2016-2030 / Електронний ресурс. – Режим доступу: <http://www.un.org.ua/ua/tsili-rozvytku-tysiacholittia/tsili-staloho-rozvytku>
 12. Шуліка А.А. (2019). Політична прекарність в сучасному політичному процесі (теоретико-методологічний аналіз) / Електронний ресурс. – Режим доступу: http://www.dnu.dp.ua/docs/ndc/dissertations/D08.051.08/dissertation_5de57dc560ad2.pdf
 13. Geneva Plan of Action – ITU / Електронний ресурс. – Режим доступу: <https://www.itu.int/net/wsis/docs/geneva/official/poa.html>
 14. Maret S. (2011). True community: connecting the Millennium Development Goals to public library services in the United States. *Information, Society and Justice*, 4(2), 29-55.
 15. Savitha Subramanian. (2011). Do We Have the Right Models for Scaling Up Health Services to Achieve the Millennium Development Goals? / Subramanian Savitha; Joseph Naimoli; Toru Matsubayashi; David Peters // *BMC Health Services Research*. – 11 (336): 336.
 16. Severine Deneulin. (2009). An introduction to the human development and capability approach freedom and agency / Deneulin Severine; Shahani Lila // Sterling, Virginia Ottawa, Ontario: Earthscan International Development Research Centre
 17. The Declaration of Global Civilization / Електронний ресурс. – Режим доступу: <http://www.opgc.net/index.php?m=content&c=index&a=show&catid=72&id=289>
 18. The mission of the Global Digital Solidarity Fund / Електронний ресурс. – Режим доступу: <http://www.dsf-fsn.org/cms/content/view/14/48/lang,en/>

Питання для актуалізації

1. Розкрийте роль та функції міжнародних організацій у формуванні і реалізації ідеології інформаційного суспільства як чинника міжнародного розвитку.
2. Дайте характеристику Женевській Декларації принципів, розкрийте її основні мотиви.
3. Розкрийте ключові моменти побудови інформаційного суспільства відповідно до Женевського плану дій.
4. Охарактеризуйте провідні пункти Туніського зобов'язання та Туніської програми для інформаційного суспільства.

5. Які засоби реалізації запланованого передбачали Женевський План дій Туніська програма для інформаційного суспільства відповідно та наскільки вони виявилися успішними?
6. Дайте характеристику роботі Фонду цифрової солідарності, розкрийте механізми його фінансового наповнення та управління.
7. Дайте характеристику регіональним зустрічам в рамках Світового саміту з інформаційного суспільства.
8. Розкрийте особливості проблем управління Інтернетом.
9. Розкрийте ключові моменти «Окінавської хартії глобального інформаційного суспільства».
10. Розкрийте основні постулати «Декларації глобальної цивілізації».
11. Охарактеризуйте основні постулати, що лежать в основі антиглобалістських рухів.
12. Дайте характеристику антиглобалістському рухові в Україні.

Питання до семінарського заняття

Мета. Усвідомлювати: цілісність світу як глобальної системи, що дозволяє синхронно відстежувати потік подій у будь-якому кутку світу в он-лайн режимі.

Мати структуроване уявлення про: суть явищ глобалізму та інформаціоналізму, їх взаємообумовленість, а також про ключові ідеї щодо них, продуковані на світових самітах та різноманітними організаціями.

Оперувати: адаптативними механізмами до особливостей глобального світу та інформалістської дійсності.

1. Поміркуйте над перевагами (вигодами) та слабкими місцями (збитками), пов'язаними з тотальною інформатизацією (цивілізованою) світу.
2. Поміркуйте над тим, хто і чому зацікавлений в тотальній інформатизації світу.
3. Поміркуйте над методами і засобами інформатизації світу, їх впливом на людину та навколишнє середовище.
4. Проаналізуйте ситуацію, що склалася навколо 5th Generation – п'ятого покоління мобільних мереж, розмежуйте факти та містифікацію.
5. Поміркуйте над тим, хто і чому зацікавлений у подоланні явища так званої інформаційної нерівності.
6. Поміркуйте над тим, яким може виявитися світ, якщо інформаційний розрив дійсно буде подолано.
7. Проаналізуйте ситуацію, що склалася навколо ідеї/практики чіпування: нанесення суттєвої інформації про особу та її економічний стан і потенціал на вмонтовуванні в тіло цифрові носії: опишіть переваги та небезпеки.
8. Поміркуйте над тим, хто і на яких підставах вирішує, у якому світі живе та/або має жити людина; у іншому випадку над тим, що визначає умови і обставини існування людини, спільноти та людства загалом.
9. Поміркуйте над тим, наскільки і як саме справляє вплив віртуальний світ на реальний світ?
10. Поміркуйте над тим, чи можливе переміщення існування людини з реального до віртуального світу, і якщо ні, то чому, а коли так, то як це має відбуватися і для чого.

11. Поміркуйте над відмінностями поміж реальним і віртуальним світами, наведіть аргументи на користь своїх тверджень.
12. Поміркуйте над спільним та відмінним поміж віртуальними і паралельними світами, якщо існування останніх загалом можливе, а коли не можливе, то чому.
13. Поміркуйте над відмінністю між віртуальною реальністю та сновидінням, а також можливістю поєднати віртуальну реальність зі сновидінням, наприклад, у форматі віртуального сновидіння чи якомусь іншому форматі.
14. Поміркуйте над перевагами та слабкими місцями або й небезпеками явища електронної культури.

Тема 8. Інформаційні ресурси та потреби; культура інформаційного споживання

Інформаційні ресурси (Information resources) – певним чином оброблені та впорядковані соціально значимі знання та/або відомості, що перебувають на зберіганні у відповідних інформаційних системах, зокрема банках даних, а також фондах, депозитаріях, бібліотеках, архівах, музейних сховищах тощо, та є доступними для використання відповідно до їх статусу. Насамперед прийнято розрізняти державні та недержавні інформаційні ресурси.

Види інформаційних ресурсів:

- відомості, що перебувають на збереженні в електронних архівах та базах даних;
- результати різного роду поточних досліджень та аналітичні звіти, отримані внаслідок роботи з базами даних;
- новинні стрічки (online-новини);
- електронні копії періодичних видань;
- аналітичні матеріали і прогнози, безпосередньо спродуковані суб'єктом інформаційної активності.

Типи інформаційних ресурсів відповідно до того як інформація підлягає зберіганню і розподілу в FTP-архівах (англ. File Transfer Protocol – протокол передачі файлів)

- захищена інформація, режим доступу до якої визначається її власниками і дозволяється відповідно до спеціальної угоди із споживачем. До цього виду ресурсів належать комерційні архіви (наприклад, комерційні версії програм в архівах ftp.microsoft.com або ftp.bsdi.com), закриті національні та міжнародні некомерційні ресурси (наприклад, роботи за міжнародними проектами CES або IAEA), приватна некомерційна інформація з спеціальними режимами доступу;
- інформаційні ресурси обмеженого використання, до яких відносяться, наприклад, програми класу shareware (Trumpet Winsock, Atis Mail, Netscape);
- вільно розповсюджені інформаційні ресурси або freeware, якщо мова йде про програмне забезпечення. До цих ресурсів відноситься все, що можна вільно отримати по мережі без спеціальної реєстрації. Це може бути документація, програми або що-небудь ще. Найвідомішими вільно розповсюджуваними програмами є програми проекту GNU Free Software Foundation.

У загальному вигляді під **інформаційною потребою** прийнято розуміти стан суб'єкта – особи або групового утворення, а також системи, що характеризується необхідністю набуття певних відомостей задля досягнення певних цілей або вчинення системи дій. Залежно від особливостей світоглядної парадигми, якої притримується той чи інший репрезентант ідеї, інформаційну потребу трактують, наприклад, як «акт усвідомлення недостатності наших знань для побудови психологічної моделі об'єкта, моделі, що відбиває рівень наших уявлень про даний об'єкт» (Дмитро Йосипович Блюменау). Або ж інформаційна потреба – це усвідомлення користувачем необхідності вивчення комплексу даних, що доповнюють початкові знання користувача.

Р. Тейлор схильний розрізняти чотири рівні потреби в інформації:

- природна (частково рефлексована) потреба в інформації, за якої суб'єкт завжди характеризується нескінченною низкою (ідеальних) запитів до ідеальної системи заради підтримання власної життєдіяльності в ідеальному стані;
- поточна потреба в інформації, за якої суб'єкт усвідомлює відсутність бажаної відповіді на нечітко сформульоване питання та потребує контакту з експертом у відповідній галузі соціально значимого знання;
- робоча потреба в інформації, за якої суб'єкт прагне усунути прогалину щодо конкретного знання або подолати сумніви з конкретного приводу;
- потреба в інформації, викликана самим джерелом інформації внаслідок піднятого самим джерелом питання чи питань.

За спрощеного підходу прийнято розрізняти два основних типи інформаційної потреби:

- поточні, обумовлені нібито притаманною людині допитливістю, насправді ж викликані необхідністю підтримувати цілісність «картини світу», що піддається небезпеці руйнування внаслідок перманентного отримання нових часток інформації;
- конкретні (спеціальні), що відображаються в прагненні отримати інформацію, необхідну для вирішення конкретного завдання – дослідного, професійного, управлінського тощо.

До основних властивостей інформаційної потреби прийнято зараховувати:

- комунітабельність (формування і підтримання каналів обміну інформацією);
- багатопредметність;
- динамізм;
- пізнавальний характер.

Інформаційний продукт – певний обсяг упорядкованих відомостей (соціально значимого знання) або певним чином упорядкований обсяг даних, призначений для задоволення конкретної (усвідомленої, неусвідомленої або штучно викликаної) інформаційної потреби суб'єкта, у т.ч. потреби користувача, якщо мова йде зокрема про програмний продукт. Інформаційний продукт може мати різні форми втілення, зокрема це може бути інформаційна довідка, а також документ, надто якщо йдеться про відповідальність за якість та змістовне наповнення інформаційного продукту.

Інформаційна послуга – різновид інформаційної активності, що відбувається у визначений час і у визначеній законом формі або усупереч останній, а також результат інформаційної діяльності, призначений для інформаційного споживання, тобто задоволення інформаційної потреби споживача або ж іншої потреби/інтересу замовника. При цьому замовник і споживач інформаційних послуг можуть бути різними суб'єктами та мати суттєво відмінні інтереси, наприклад, щодо реклами як інформаційної послуги.

Інформаційна культура (англ. Information culture) – з практичної точки зору: сукупність оперативних знань та вмінь, достатніх і необхідних для ефективної інформаційної активності, зокрема щодо досягнення намічених цілей; у загальному сенсі: система цінностей, інших регулятивних механізмів, а також шляхів, способів та механізмів інформаційної взаємодії між суб'єктами, у т.ч. міжнародних відносин та світової політики. Також інформаційну культури

прийнято розглядати як сукупність алгоритмів діяльності людини, спрямованої на набуття, опанування, обміну та поширення інформації, з іншого боку, систему умов та обставин, що визначають особливості активності суб'єкта у інфосфері. Інформаційна культура відображає досягнуті рівні організації інформаційних процесів та ефективності створення, збирання, зберігання, опрацювання, подання і використання інформації, що забезпечують цілісне бачення світу, його моделювання, передбачення результатів рішень, які приймаються людиною.

Медіаграмотність – упорядкована сукупність навичок та вмінь, які дозволяють суб'єкту послідовно аналізувати, адекватно оцінювати, а також створювати повідомлення, зважаючи на особливості того чи іншого виду медіа, жанру та форми подачі відомостей. В основі медіаграмотності лежить модель, яка заохочує суб'єкта замислюватися над особливостями інформаційного контенту. Медіаграмотність створює підстави для критичного аналізу медіаповідомлень на предмет вмісту у них різного роду маніпулятивних перетворень, зокрема тенденційності, пропаганду, цензуру тощо, а також виділяти структурні елементи, зокрема дійсне джерело інформації, канали поширення інформації тощо.

Інформоманія – хворобливий, тобто неконтрольований індивідом (особою) потяг до інформаційних джерел з метою занурення в інформаційні потоки, тим самим домагаючись набуття стійкої зони комфорту. Для інформомана властивості інформації як відомостей втрачають чіткість, разом з тим розмивається функціональне навантаження інформації як відомостей. Таким чином має місце безсистемне і практично невпинне поглинання відомостей, що може призвести до божевілля або інших суттєвих психічних розладів. Разом з тим інформоман поступово зменшує частку природної інформації у власному інформаційному обміні з іншими відкритими системами, що призводить з часом до емоційного, а далі й фізичного виснаження – тіло поступово перестає бути джерелом природної інформації, тобто джерелом приємних переживань, а отже піддається поступовій атрофії. Очевидно, інформоманія за своєю суттю є одним із побічних ефектів тотальної інформатизації буття людини. Зрештою, до прикладу, «інтернет перетворюється з царства знань у царство інформації, іншими словами, в «другу реальність», яка поступово витісняє зі свідомості конкретне людське життя»

Використана та актуальна література

1. Додонов О.Г. (2009). Інформаційні потоки в глобальних комп'ютерних мережах / Додонов О.Г., Ланде Д.В., Путятін В.Г. – К. : Наукова думка. – 295 с.
2. Соловійов С.Г. (2015). Інформаційна складова державної політики та управління / Соловійов С. Г., та ін. ; заг. ред. Грицяк Н. В. ; Нац. акад. держ. упр. при Президентові України, Каф. інформ. політики та електрон. урядування. – Київ : К.І.С. – 320 с.
3. Devadason F.J. (1996). Methods of studying information needs / F.J. Devadason, P. Pratap Lingam // 62nd IFLA General Conference – Conference Proceedings – August 25-31, 1996 – Електронний ресурс. – Режим доступу: <http://origin-archive.ifla.org/IV/ifla62/62-devf.htm>

4. Friedland, Lewis A. (2017), «America's critical community information needs», in Lloyd, Mark; Friedland, Lewis A. (eds.), The communications crisis in America, and how to fix it, Palgrave Macmillan
5. Karpenko O.O. (2017). Information culture as a component of professional competence of graduates in university learning environment / Актуальные научные исследования в современном мире, Вып. 4 (24). Ч. 1, С. 39–42. – Электронный ресурс. – Режим доступа: <https://iscience.in.ua/arkhyv/26-27-aprelya-2017/politicheskije-nauku-3/4332-information-culture-as-a-component-of-professional-competence-of-graduates-in-university-learning-environment>
6. Menzel Herbert. (1966). Information Needs and Uses in Science and Technology / Annual Review of Information Science and Technology, Vol. 1, Interscience Publishers. – pp 41-69.
7. Taylor Robert S. (1962). The Process of Asking Questions / American Documentation, Vol.13, No. 4, October. – pp.391-396
8. Wilson T.D. (1981). On User Studies and Information Needs / Journal of Documentation, Vol. 37, No. 1. – pp.3-15

Питання для актуалізації

1. Дайте визначення поняттю «інформаційні ресурси» та охарактеризуйте їх класифікацію.
2. Розкрийте суть інформаційних потреб та їх місце в ієрархії (соціальних) потреб.
3. Проаналізуйте співвідношення інформаційної потреби з інформаційними інтересами та інформаційним запитом.
4. Дайте характеристику видам інформаційних потреб.
5. Проаналізуйте сучасну динаміку та особливості трансформації інформаційних потреб та фактори, що впливають на згадану динаміку.
6. Розкрийте основні методи дослідження інформаційних потреб.
7. Розкрийте суть феномену інформаційного продукту, особливості його формування та реалізації
8. Дайте характеристику феномену інформаційна послуга, встановіть відмінність між замовником, споживачем та продуцентом інформаційної послуги.
9. Дайте характеристику основним категоріям споживачів інформації.
10. Дайте характеристику основним категоріям замовників інформаційних послуг та їх мотивації.
11. Розкрийте суть культури споживання інформації.
12. Дайте характеристику світовій практиці інформаційної освіти.
13. Визначтеся з суттю феномену медіаграмотності та охарактеризуйте її складові.

Питання до семінарського заняття

Мета. Усвідомлювати: себе та інших продуцентами і споживачами інформаційних продуктів, носіями інформаційної культури
 Мати структуроване уявлення про: суть інформаційних ресурсів, продуктів, послуг та потреб, їх типи та види, суть і стилі інформаційної культури, а також медіаграмотності та інформоманії

Оперувати: навиками ефективно розпоряджатися інформаційними ресурсами та продуктами, контролювати інформаційні потреби, здатністю підтримувати і нарощувати інформаційну культуру та медіаграмотність

1. Поміркуйте над тим, чи можливий світ, у якому була б винятково відкрита інформація, і якщо так, то яким би міг бути світ, а коли ні, то чому.
2. Поміркуйте над тим, чи можлива людина, в іншому випадку людська спільнота, яка б не мала інформаційних потреб і якщо так, то якою б могла бути ця людина та/або людська спільнота, а коли ні, то чому.
3. Поміркуйте над тим, чи завжди окремо взятий конкретний індивід усвідомлює свої інформаційні потреби, та обґрунтуйте свої міркування.
4. Сформуйте ієрархію інформаційних потреб людини, а також людської спільноти, обґрунтувавши кожен зазначену позицію.
5. Поміркуйте над тим, якою б чи чим могла б бути людина вразі вичерпання, а іншому випадку задоволення усіх своїх потреб, коли ж це принципово неможливо, то обґрунтуйте чому.
6. Поміркуйте над джерелом або причиною, що породжує інформаційні як і будь-які інші, очевидно, окрім вітальних, потреб.
7. Поміркуйте над ситуацією людини, в межах якої остання споживається іншими та споживає інших: чим та як обумовлена ця ситуація і чи можна її спростувати, якщо так, то яким чином, а коли ні, то чому.
8. Проаналізуйте ситуацію, у контексті якої людина виявляється «товаром»: чим та як обумовлена ця ситуація і чи можна її спростувати, якщо так, то яким чином, а коли ні, то чому.
9. Поміркуйте над тим, які суб'єкти зацікавлені у підвищенні або, навпаки, зведенню до мінімуму медіаграмотності членів спільноти (населення, громадян) та обґрунтуйте свої міркування.
10. Поміркуйте над причинністю та джерелами ігromанії, а також способами позбавлення від повідної залежності.
11. Поміркуйте над тим, чи може інформація втратити комерційну цінність, і якщо так, то яким буде світ у такому разі, а коли ні, то чому.
12. Проаналізуйте відомі вам критерії оцінки комерційної вартості тієї чи іншої інформації, зокрема на предмет походження чи обрання саме їх критеріями.
13. Поміркуйте над тим, чому до оцінки вартості інформації як товару складно або й неможливо застосувати кількісні одиниці вимірювання, встановлювані ринковими відносинами.
14. Змодельуйте максимально комфортний для людини, на вашу думку, соціокультурний, у т.ч. інформаційний простір.
15. Змодельуйте максимально комфортний для сучасника (представника цивілізованого світу), на вашу думку, соціокультурний, у т.ч. інформаційний простір.
16. Розкрийте найхарактерніші риси людини як форми живого та на їх фоні відмітні ознаки сучасника

Тема 9. Інформаційний простір, інформаційні потоки, логістика

Під **інформаційним простором** (англ. information space) найчастіше прийнято розуміти частково упорядковану сукупність соціально значимої інформації або відомостей, тобто інформації, опосередкованої у процесі (людського) мислення і відтвореної за допомогою символів, знаків, сигналів абощо. Інтегруючою основою упорядкування соціально значимої інформації насамперед є контекст, а загалом мова як унікальний фундаментальний посередник у бутті зокрема людини. Разом з тим інформаційний простір представляє собою певний структурований континуум результатів мисленнєвої та комунікаційної активності людини в усій своїй множині.

З точки зору функціональності цікавими також є трактування інформаційного простору як *«сукупності понять та відносин між ними, які організовано у інформаційну систему, що описує діапазон можливих значень або смислів, які об'єкт може приймати за даними правилами та за певних конкретних обставин»* (Gregory Newby, Metric Multidimensional Information Space); а також як *«типу інформаційної конструкції, у якій репрезентації інформаційних об'єктів розташовані у організованому просторі. У такому просторі мають суттєве значення розташування та напрямки. Відповідно, таким чином стає можливим створення карт, навігація абощо»* (MIT Artificial Intelligence Laboratory).

Серед елементів **інформаційного простору** найчастіше прийнято вирізняти:

- інформаційну інфраструктуру;
- інформаційні ресурси на машинних носіях, а також розподілені по WEB-сайтах у мережі Internet;
- засоби та методи прикладної математики, під якими розуміють алгоритми та програмні засоби, що забезпечують функціонування апаратних платформ (систем);
- організаційні заходи, що забезпечують функціонування компонентів інформаційного простору;
- правові методи (норми), під якими розуміють інформаційне законодавство, міжнародні угоди та інші національні та міжнаціональні правові акти;
- ринок інформаційних технологій, засобів зв'язку, інформатизації та телекомунікації, інформаційних продуктів та послуг.

Інформаційний потік – цілеспрямовано встановлений та організований процес передачі інформації у межах сформованих інформаційних каналів та/або логістичних систем, як правило, з метою встановлення та здійснення контролю і управління процесами і операціями у тій чи іншій системі, сфері чи установі.

Загалом інформаційний потік є певним чином упорядкованим переміщенням у тому чи іншому середовищі даних та/або відомостей.

Як правило, інформаційні потоки супроводжують інші потоки, наприклад, товару, послуг, або процеси, наприклад, переговори. Відтак, вони можуть бути синхронними, випереджаючими та спізнілими.

Кількісним параметром інформаційного потоку є *обсяг інформації*, котрий передається та/або обробляється за одиницю часу.

Інші *характеристики інформаційного потоку*:

- джерело виникнення;
- напрям руху або адресат;
- швидкість передачі та прийому інформації;
- інтенсивність.

Залежно від критеріїв прийнято розрізняти такі *типи інформаційних потоків*:

- відношення до логістичної системи та її ланок:
 - внутрішні та зовнішні;
 - горизонтальні і вертикальні;
 - вхідні і вихідні;
- періодичності надання інформації:
 - регулярні;
 - періодичні;
 - оперативні;
- призначення інформації:
 - директивні;
 - нормативно-довідкові;
 - обліково-аналітичні;
 - допоміжні;
- ступеню відкритості:
 - відкриті;
 - закриті;
 - секретні;
- способу надання:
 - кур'єрські, поштові, телеграфні; телефонні, факсові, радіотелевізійні, електронна пошта, телекомунікаційні, інтернетівські;
- виду носія інформації:
 - паперові;
 - на магнітних носіях;
 - електронні.

Логістика – управління інформаційними, матеріальними та людськими потоками з метою їх оптимізації або ж мінімізації затрат.

Логістична інформація – інформація, що циклює двома основними потоками: координаційним та оперативним, і забезпечує підтримання безперебійного потоку інформації та/або речей, послуг тощо.

Логістична інформаційна система (ЛІС) – певним чином впорядкована сукупність взаємопов'язаних засобів обчислювальної техніки, баз даних, технічних провідників інформації, засобів програмування тощо, котра сприяє вирішенню поточних функціональних завдань з управління різного роду потоками.

Інформаційна логістика базується на міжнародних стандартах, що використовуються більш ніж у 100 країнах світу. Координатором процесу

розробки та управління стандартами електронної логістики виступає міжнародна організація GS1 та національні організації, що представляють GS, зокрема в Україні – Асоціація GS1 Україна.

Розробка стандартів ведеться за чотирма основними напрямками:

- коди товарної нумерації (штрихове кодування);
- електронний обмін даними (Electronic Data Interchange, EDI);
- глобальна мережа синхронізації даних (Global Data Synchronization Network, GDSN);
- електронний код продукції (Electronic Product Code, EPC).

Товариство міжнародних міжбанківських фінансових телекомунікацій (Society for Worldwide Interbank Financial Telecommunications, SWIFT) – автоматизована система здійснення міжнародних платежів за посередництва комп'ютерних мереж. Засновниками виступили 239 банків з 15 країн Європи та Америки у 1973 році. Організація діє згідно бельгійського законодавства, оскільки її штаб-квартира знаходиться у Брюсселі. SWIFT є корпоративною спільнотою та належить її членам. Нині користувачами SWIFT є понад 11 тис. фінансових установ, у т.ч. понад 1 тис. корпорацій із більше, аніж 200 країн світу. Середній оборот складає понад 30 млн. повідомлень на добу. 31 жовтня 2019 року SWIFT зафіксував піковий день року, отримавши 36,73 млн. повідомлень.

Паралельно діють регіональні та національні платіжні системи – аналоги SWIFT, зокрема Instrument in Support of Trade Exchanges (INSTEX) у ЄС, Cross-Border Interbank Payment System (CIPS) у Китаї, Система передачі фінансових повідомлень (СПФС) у Російській Федерації.

Інформація в розпорядженні аналітика є сукупністю даних, набутих у той чи інший спосіб, предметом аналітичної активності, а також її результатом, що підготовлений для подальшого застосування. Разом з тим, інформація – це визначений за об'ємом зміст повідомлення про явище, подію або їх систематизовану сукупність та/або предмет міркувань, що представляє певний інтерес для зацікавленого кола фізичних та/або юридичних осіб та/або установ і організацій. Такі повідомлення підлягають різного роду обробці та систематизації, а також реєстрації.

За своєю генезою інформація (дані) поділяється на первинну і вторинну. Первинна – це інформація (дані), зібрана вперше для розв'язання якого-небудь завдання. А вторинна – та, яка вже була зібрана раніше для інших цілей.

Вимоги, що висуваються до **інформації**, аби вона підлягала ефективній аналітичній обробці та отриманню якісного результату:

- точність – це припустимий рівень її викривлення, що визначається характером завдань, які вирішує той чи інший суб'єкт;
- достовірність – властивість відображати реально існуючі об'єкти з необхідною точністю;
- повнота – властивість інформації містити в собі необхідний мінімальний обсяг відомостей для прийняття правильного рішення;
- оперативність – актуальність інформації за умов зміни ситуації;
- коректність – властивість інформації однозначно сприйматися всіма споживачами.

Аналітика (від грец. *ἀναλυτικά* – мистецтво аналізу) – сукупність послідовних операцій мисленнєвого та/або фізичного розчленування цілого на складові частини з метою встановлення структури, відношень, послідовності зв'язків тощо об'єкту дослідження в ході пізнання та/або предметно-практичної активності людини. Предметом аналітики в розрізі гуманітарного знання, зокрема міжнародних відносин, світової політики, інформаційної політики тощо є інформація, представлена у різних формах і форматах, у т.ч. Big Data. Результатом аналітичної діяльності можуть бути аналітична записка, доповідь, різноманітні графіки, (порівняльні) таблиці тощо.

Інформаційно-аналітична робота у сферах міжнародних відносин та міжнародної політики – упорядкована послідовність інтелектуальних дій, спрямованих на підвищення ефективності професійної діяльності та таких, що мають на меті пізнання сутності, причин, тенденцій розвитку подій і явищ на світовій арені, розгляд і оцінювання ситуацій, вироблення на основі аналізу й обробки міжнародної інформації висновків, рекомендацій, коментарів тощо.

Етапи формування аналітичного «продукту»:

- визначення предмету, об'єкту дослідження та області збору інформації;
- збір та верифікація інформації;
- систематизація інформації;
- аналіз інформації;
- формування звіту.

Верифікація (лат. *Verum* – істинний + *facere* – робити) – (методика) перевірка(и) на відповідність дійсності наявної у розпорядженні інформації, у т.ч. завдяки експерименту. «Речення можна зрозуміти тоді, якщо ми знаємо, за яких умов воно може бути істинним. Це означає, що вимагається не знання того, чи є речення істинним або хибним, але знання обставин, які дозволяють установити його істинність» (Л. Вітгенштайн – Ludwig Josef Johann Wittgenstein). З позицій прикладного підходу верифікація є процесом встановлення відповідності суджень та наведених прикладів фактажу вимогам критичного мислення, здорового глузду, зрештою естетичного смаку. Останній дозволяє виявляти відповідність чого б то було первинній доцільності, тобто встановлювати гармонічність чого б то було.

Систематизація первинної інформації передбачає класифікацію набутих даних відповідно до встановлених критеріїв з наступним їх кодуванням та представленням у зручній для подальшого аналізу формі, наприклад, розмістивши дані в таблицю.

Етапи систематизації обробленої інформації (верифікованих даних):

- реконструкція події загалом;
- відтворення хронологічного порядку;
- встановлення відповідності офіційного трактування фактів та документів з дійсністю (встановлення відповідності висновків критеріям критичного мислення, здорового глузду та естетичного смаку);
- вивірення фінансових потоків (встановлення дійсно зацікавлених сторін в ініціюванні тих чи інших подій);
- прояснення (особливостей) зв'язків між акторами;

- картографування події, факту (встановлення піків наростання і спаду проблеми тощо).

Ключові **напрями інформаційно-аналітичної діяльності** у сфері міжнародних відносин та світової політики:

- загальний аналіз особливостей міжнародних відносин та світової політики;
- дослідження ключових моментів формування міжнародних відносин та світової політики;
- вивчення природи та особливостей факторів, що визначають та/або виказують становище суб'єктів міжнародних відносин та світової політики на міжнародній арені;
- дослідження особливостей поточних завдань та проблем, пов'язаних із зовнішньополітичною діяльністю суб'єктів міжнародних відносин та світової політики;
- вивчення тенденцій та перспектив розвитку міжнародних відносин і зовнішньополітичних подій, забезпечення прогностичного супроводу;
- аналіз ризиків, з якими стикається суб'єкт міжнародних відносин, а також сфер інтересів інших суб'єктів міжнародних відносин та світової політики щодо об'єкту аналізу.

Основні **завдання інформаційно-аналітичної діяльності** у сфері міжнародних відносин та світової політики:

- встановлення природи, причин, тенденцій розвитку подій і процесів на національному, регіональному та глобальному рівнях;
- прослідковування причинно-наслідкових зв'язків, встановлення первинних причин (зацікавлених суб'єктів) тих чи інших подій, виявлення первинних джерел фінансування процесів та діяльності тих чи інших «виконавців» тощо;
- формування загальної цілісної картини ситуації з наступним її оцінюванням на предмет тенденцій, перспектив, ризиків тощо;
- формування систематизованих висновків, рекомендацій, тлумачень, пропозицій, роз'яснень, доповідей, а також проектів тощо.

Критерії оцінки вивідної (аналітичної) інформації:

- корисність;
- повнота і точність;
- достовірність;
- своєчасність;
- чіткість викладу;
- переконливість.

Теорія операцій в інформаційно-аналітичній діяльності представляє собою метод математичного моделювання, що дозволяє наближено представити об'єкти, системи, процеси та концепції у математичних символах та/або термінах; а також процедуру трансформації припущень щодо проблемної ситуації або явища в математичний вираз із наступним аналізом цієї проблеми за допомогою засобів математики. Метою згаданої теорії є встановлення функціональних залежностей між змінними і параметрами.

Аналітичні або дослідницькі **центри** (англ. think tank), а також «мозкові центри», «фабрики думок» (think factory), інститути політики (policy institute),

науково-дослідні інститути (research institute) або науково-дослідні центри (research center) – дослідницькі організації, які працюють з великими об'ємами інформації, проводячи дослідження, надають консалтингові послуги та забезпечують адвокацію суб'єктів різного роду відносин. Сферами докладання зусиль та досвіду співробітників згаданих інституцій є міжнародні відносини, національна, регіональна та світова політика, економіка, екологія та багато інших. Здебільшого згадані установи є незалежними від держави, разом з тим неприбутковими організаціями. Окремі з відповідних організацій перебувають на державному утриманні, у іншому випадку – отримують прибутки від консалтингової діяльності. Зрештою найпотужніші серед згаданих установ самостійно, а разом у масі своїй вони чинять залежно від держави великий або й колосальний вплив на діяльність урядів, а отже впливають на специфіку міжнародних відносин та світову політику загалом.

Використана та актуальна література

1. Дацюк С.А. Сприяння розвитку інформаційного суспільства в інституціональній реальності за його власними правилами / В кн.: "Інформаційне Суспільство. Шлях України". – Київ, Бібліотека інформаційного суспільства, 2004. – с. 201.
2. Єжова Л.Ф. (2002). Інформаційний маркетинг: Навч. посібник. – К.: КНЕУ. – 560 с.
3. Додонов О.Г. (2009). Інформаційні потоки в глобальних комп'ютерних мережах / Додонов О.Г., Ланде Д.В., Путятін В.Г. – К. : Наукова думка. – 295 с.
4. Онищенко О.С. (2011). Національний інформаційний суверенітет у контексті розвитку новітніх інформаційних технологій / О.С. Онищенко, В.М. Горовий, В.І. Попик, Ю.М. Половинчак, Л.А. Чуприна; В.о. НАН України. Нац. б-ка України ім. В.І. Вернадського.– К. : НБУВ.– 158 с.
5. Слюсаревський М.М. (1999). Інформаційний простір : критика існуючих визначень і спроба побудови теорії. Вісн. ХДУ. Серія «Психологія, політологія» : Особистість і трансформаційні процеси в суспільстві. Психолого-педагогічні проблеми сучасної освіти. Харків. – Ч. 4-5. – С. 337-342.
6. Lee Jinho. (2002). Mire: a multidimensional information retrieval engine for structured data and text. Proceedings. International Conference on Information Technology: Coding and Computing // Jinho Lee ; D. Grossman ; R. Orlandic / Електронний ресурс – Режим доступу: <https://ieeexplore.ieee.org/document/1000391>
7. Masuda Y. The Information Society as Post-Industrial Society. – Wash., 1981. – 103 p.
8. Skirting U.S. sanctions, Europeans open new trade channel to Iran / Електронний ресурс – Режим доступу: <https://www.reuters.com/article/us-iran-usa-sanctions-eu/european-powers-launch-mechanism-for-trade-with-iran-idUSKCN1PP0K3>
9. Withrow Jason. (2004). Site Diagrams: Mapping an Information Space / Електронний ресурс – Режим доступу: <http://boxesandarrows.com/site-diagrams-mapping-an-information-space/>

Питання для актуалізації

1. Розкрийте суть інформаційного простору, дайте характеристику його особливостям та властивостям.
2. Дайте характеристику елементам інформаційного простору та зв'язкам між ними.
3. Розкрийте суть інформаційного потоку, дайте характеристику його особливостям та властивостям.
4. Проаналізуйте умови і підстави, що забезпечують стійкість інформаційного простору та перманентність інформаційного потоку в його межах.
5. Опишіть різновиди та/або типи інформаційних потоків, охарактеризуйте особливості їх поширення.
6. Дайте характеристику міжнародним інститутам з регулювання інформаційних потоків.
7. Розкрийте суть логістики, опишіть основні характеристики згаданого феномену.
8. Опишіть розвиток логістичних технологій та засобів забезпечення логістики.
9. Дайте характеристику регулятивним механізмам, що усталюють та визначають особливості активності суб'єктів в інформаційному просторі.
10. Дайте характеристику регулятивним механізмам, відповідно до яких упорядковуються інформаційні потоки та забезпечується логістика.
11. Розкрийте функціональне призначення та особливості діяльності SWIFT.

Питання до семінарського заняття

Мета. Усвідомлювати: себе та інших неунікненними учасниками інформаційних потоків та зумовленими їх елементами

Мати структуроване уявлення про: суть та природу інформаційного простору та потоку, їх елементи та типи і характеристики відповідно; особливості інформаційної логістики та принципи її організації; покликання та функціональне навантаження SWIFT

Оперувати: навиками аналізу контенту інформаційних потоків, організації інформаційної логістики

1. Поміркуйте над причинністю будь-яких потоків, у т.ч. інформаційних, опишіть ключові властивості, ознаки та характеристики інформаційних потоків.
2. Проаналізуйте переваги та слабкі місця відомих вам регулятивних механізмів щодо потоку відомостей.
3. Опишіть відомі вам тематичні потоки міжнародної інформації для прийняття зовнішньополітичних рішень, проаналізуйте їх структуру.
4. Поміркуйте над тим, чи можливе існування універсального інформаційного потоку, який би охоплював Всесвіт, і якщо ні, то чому, а коли так, то чим би міг би бути такий потік в розрізі різноманітних світоглядних парадигм.
5. Поміркуйте над тим, чи можливе існування чого б то було поза його усвідомленням, і якщо ні, то чому, а коли так, то яким чином можливе таке існування.

6. Поміркуйте над перевагами та слабкими місцями міжнародних операційних систем, зокрема SWIFT.
7. Поміркуйте над тим, що може трапитися зі світовою фінансовою системою в разі раптового припинення діяльності SWIFT?
8. Поміркуйте над походженням інформаційного простору, його властивостями, місцем і роллю тих чи інших суб'єктів в його стабілізації і наповненні.
9. Проаналізуйте механізми і засоби, за посередництва яких відбувається упорядкування інформаційного простору та його (змістовне) наповнення.
10. Поміркуйте над співвідношенням культурного та інформаційного просторів, причинами, що їх породили, та механізмами стабілізації і підтримання у функціональному стані.
11. Поміркуйте над співвідношенням інформаційних простору та потоку (потоків), чи можливі одне без іншого, і якщо ні, то чому, а коли так, то яким чином.
12. Поміркуйте над чим, хто чи що визначає інтенсивність та особливості змістовного наповнення інформаційних потоків.
13. Поміркуйте над тим, чи можливо, виходячи з наміру, самоусунитися або усунути іншого з інформаційного простору та інформаційних потоків, і якщо ні, то чому, якщо так, то яким чином.
14. Поміркуйте над тим, чи відповідають дійсності будь-які доступні людині уявлення про Всесвіт та його облаштування, і якщо ні, то чому, а коли так, то яким чином це можна встановити і підтвердити.
15. Чи відповідають сформовані уявлення людини про Всесвіт дійсності? Що є підставою для вашого переконання?
16. Поміркуйте над тим, чи принципово можливо настільки розвинути техніку і технології, аби переміщати матеріальні речі та себе зі швидкістю інформації в межах чи за посередництва інформаційних потоків.
17. Поміркуйте над тим, яким би міг бути світ вразі, коли вдасться передавати миттєво (зі швидкістю думки) у будь-якому напрямку будь-який об'єм інформації?
18. Поміркуйте над тим, чи принципово можливо трансформувати будь-який предмет чи річ в певний об'єм інформації і навпаки.
19. Поміркуйте над тим, яким чином та з якою швидкістю переміщується інформація у Всесвіті на вашу думку?
20. Поміркуйте над тим, яким буде світ, на вашу думку, коли вдасться передавати миттєво у будь-якому напрямку будь-який об'єм інформації?

Тема 10. Інформаційна індустрія, економіка і бізнес

У розвинутих країнах спочатку філософами і соціологами, а потім економістами та іншими фахівцями в останні десятиліття почали активно досліджуватись різноманітні проблеми і тенденції розвитку інформаційного способу виробництва і заснованого на ньому типу економіки. Не випадково, що найбільш вивченими ці процеси виявилися саме в економічно розвинутих країнах, де вони набули найбільшого поширення – в США і країнах Західної Європи. Але багато висновків і прогнозів західних учених стосовно наслідків і перспектив розвитку інформаційної економіки далеко не завжди і не в усьому є справедливими і очевидними для нашої країни в силу певних особливостей її попереднього соціально-економічного розвитку, а також труднощів і суперечностей, які Україна переживає сьогодні.

Становлення інформаційної економіки пов'язано, насамперед, зі зміною галузевої структури і структури зайнятості під впливом інформаційно-технологічної революції та інформатизації суспільства та економіки, і як результат – зі становленням інформаційного суспільства як нової якості постіндустріального суспільства. Успіхи окремої країни в інформатизації не можуть бути оцінені тільки по одному із критеріїв. Більше того, не применшуючи значимості наведених вище критеріїв, варто підкреслити, що для визначення фаз і стадій розвитку суспільства необхідна оцінка за досить складною системою критеріїв соціального прогресу. Лідирування в галузі техніки, зайнятості в інформаційному секторі при пануванні “суспільства споживання” у цілому не може відповідати уявленню про розвиток інформаційного суспільства як атрибута прогресу. А. І. Ракітов пропонує ввести наступні критерії переходу суспільства до інформаційної стадії свого розвитку. На його думку, суспільство вважається інформаційним, якщо: 1) будь-який індивід, група осіб або організація в будь-якій точці країни й у будь-який час можуть одержати за плату або безкоштовно на основі автоматизованого доступу будь-яку інформацію й знання, необхідні для їхньої життєдіяльності; 2) у суспільстві виробляється й доступна будь-якому індивідові, групі або організації сучасна інформаційна технологія; 3) наявна розвинена інфраструктура, що забезпечує створення національних інформаційних ресурсів в обсязі, який відповідав би постійно прискорюваному науково-технологічному й соціально-історичному прогресу; 4) відбувається процес прискореної автоматизації й роботизації всіх сфер і галузей виробництва й управління; 5) відбуваються радикальні зміни соціальних структур, наслідком чого виявляється розширення сфери інформаційної діяльності й послуг. На думку А. І. Ракітова, формування інформаційного суспільства пов'язано з інформаційно-комунікаційною революцією, у якій необхідно виділити ряд глобальних процесів, які сприяють появі цього суспільства. Йдеться про електронізацію, комп'ютеризацію та інформатизацію всього суспільства, а отже, й економіки. На нашу думку, найбільш точно сутність інформаційної економіки відображає перший критерій А. І. Ракітова: економіка є інформаційною, якщо в ній витрати з пошуку інформації прагнуть до нуля. Згідно з методологічними засадами теорії постіндустріального та інформаційного суспільства, зокрема, ідеї секторального

підходу К. Кларка, який покладено в основу теорії трьох хвиль цивілізації, у другій половині ХХ ст. у суспільствах найбільш розвинених країн під впливом сучасної інформаційно-технологічної революції відбувся перехід від індустріальної стадії розвитку до постіндустріальної та інформаційної. В постіндустріальному суспільстві матеріальне виробництво – аграрне і промислове, відійшло на задній план і стало вторинним стосовно виробництва наукоємних послуг. Сучасне суспільство перетворилося в суспільство організацій, головною функцією яких стало раціональне використання накопичених знань і забезпечення шляху вдосконалення та розвитку на основі науково-технічного прогресу. Визначний спеціаліст в галузі менеджменту П. Друкер вважає, що основним ресурсом сучасного розвитку є знання, яке замінило працю в якості джерела додаткової вартості, а сервісну економіку постіндустріального суспільства – інформаційною економікою. Одним із найважливіших напрямів НТП стала інформатизація, заснована на широкому використанні мікроелектронної обчислювальної техніки, засобів зв'язку, автоматизованих банків даних, взаємопов'язаних між собою інформаційно-обчислювальні системи. У сучасному глобальному суспільному середовищі невпинно зростають обсяги інформації і знань, посилюється роль інформаційної економіки та інформаційно-комунікаційних технологій (ІКТ), зростає економічне значення інформації та сфери інформаційних послуг, корінним чином змінюються життя і діяльність людини. Суспільство невпинно рухається у напрямі до інформаційного суспільства, в якому більша частина економіки та бізнесу стають електронними і здійснюються в глобальній мережі Інтернет та в інших мережах. Все більш пріоритетним стає нематеріальне виробництво, наука, освіта, здоров'я, культура, що створює сприятливі умови для розвитку промисловості на основі комп'ютеризації, інформатизації та автоматизації всіх етапів процесу виробництва та споживання благ. Інформатизація, яка з одного боку є основою інформаційної економіки, з іншого боку, замикаючись в кумулятивній петлі зворотного зв'язку, подальше поглиблення процесу інформатизації відбувається вже під впливом самої інформаційної економіки. Тобто, з біологічної точки зору, інформатизація, ІКТ та інформаційна економіка в своєму взаємозв'язку та синергетичній взаємодії створюють складну самовідтворювану систему, яка стає ще складнішою.

Інформаційна економіка – (information economy) – це економіка, що утворилася на поєднанні і охоплює елементи традиційної, мережевої та економіки знань, і утворила свої особливі змістові елементи, заснована на інформації і знаннях. В інформаційній економіці більша частина валового внутрішнього продукту забезпечується діяльністю з виробництва, обробки, збереження і поширення інформації і знань, в якій беруть участь більше половини зайнятих у виробництві працівників. До інформаційної економіки належать галузі, пов'язані з виробництвом знань, розробкою наукових досліджень, поширенням інформації і комунікацій, індустрією переробки і передачі інформації, рекламою, довідковим і бібліотечним обслуговуванням, наданням фінансових і консалтингових послуг та страхуванням, державним управлінням та ін.

Ринок – це сфера активності суб'єктів, котрими можуть бути як фізичні так і юридичні особи, пов'язаної з налагодженням, підтриманням та регулюванням взаємодії між суб'єктами стосовно вчинення актів продажу-купівлі чи надання-

купівлі товарів чи послуг. Ринок також можна інтерпретувати як простір, до того ж комунікативний простір, зустрічі і взаємодії на основі, насамперед, попиту-пропозиції, а також диктату споживача, виробника чи власника, а також посередника. При цьому, так звана, наукова або ж публічна експертна думка, чомусь тяжіє до того, аби ігнорувати не лише провідну роль, а й взагалі присутність на ринку посередника, якщо тільки таким посередником не згадується регулятор, котрим, як правило, є держава або легітимний владний суб'єкт.

Що ж до (світового) інформаційного ринку, то його особливість визначається особливістю товару чи продукту, себто предмету взаємодії між виробником чи власником, покупцем чи споживачем, а також посередником. Відтак (світовий) інформаційний ринок є простором взаємодії стосовно певним чином організованого обміну інформацією у тому чи іншому вигляді. Як правило, у такому випадку йдеться про бази даних у найширшому розумінні цього поняття, що неодмінно включає технології як основу всякої продуктивної трансформації дійсності або впливу на суб'єкта, а також експертне знання. Відтак інформаційний ринок, по-суті, завжди світовий, оскільки, по-перше, інформація, як товар чи «продукт» споживання, як кажуть, «не знає» кордонів, попри численні, провальні чи, навіть, частково вдалі спроби «стримувати» інформаційні потоки або утримувати маси чи певні суб'єкти у стані інформаційного вакууму чи «голоду». По-друге, з винаходом телеграфу, радіо, телебачення, а надто Світової Павутини (Інтернетмережі) швидкість поширення інформації як «товару», по-суті, стала миттєвою в масштабах Ойкумени. Останнє передбачає специфічні методи «торгівлі» інформацією. По-третє, інформація, як досить специфічний «товар» на разі не підлягає оподаткуванню з огляду хоча б на те, що на поточний момент не вироблено ефективних механізмів дозування процесу надання, а отже і споживання інформації у чистому вигляді.

Часто до предметів ринкових відносин у сфері інформації зараховують також системи автоматизованого пошуку тих чи інших баз даних або інформаційних матеріалів, а також засоби електронного зв'язку. Останнє є досить спірним, оскільки засоби електронного зв'язку самі по собі є типовим товаром, тобто матеріальними предметами. Дещо подібне можна сказати і про пошукові системи – втілені на практиці певні технології.

Між тим, до прикладу, інформаційний ринок США як сегмент світового сформувався як упорядкована функціональна система, як стверджують фахівці, у 60-70 роках минулого століття. Саме у цей період осмисленню інформації саме як предмету масового чи конкретного споживання і специфічного товару приділяється значна увага. Відтак у 1958 році відбувається Міжнародна конференція з наукової інформації. У 1970 році світ побачила Національна програма розвитку бібліотечного і інформаційного обслуговування. А у 1979 році відбуваються I та II Конференції Білого дому про бібліотечні і інформаційні служби. Зрештою, починаючи з 1977 року, конгрес США активно формує законодавчу базу інформаційної діяльності, прийнявши понад триста законодавчих актів. Такій потужній активації регулятивної діяльності державних інститутів США щодо функціонування інформаційного ринку, окрім іншого, сприяв високий рівень розвитку приватного сектору, котрий традиційно

притаманний економічно розвинутим країнам. Тому подібні процеси також відбувається у країнах Західної Європи, Канаді, Японії тощо.

Повертаючись до сегменту світового інформаційного ринку, розгорнутого на теренах США, варто зазначити, що діяльність понад 2500 бібліотек та інформаційних центрів підтримується і контролюється федеральним урядом. Не менш потужно розвинута інформаційна база, підтримувана діяльністю приватного сектору економіки. Так до найпотужніших інформаційних фірм та електронних бібліотек, котрі функціонують на комерційних засадах, прийнято зараховувати Dialog Information Services, Data Resources, Predicast, Mead Data Central, Institute for Scientific Information та інші, так звані, бази даних. Разом з тим, до найбільших, по-суті, транснаціональних бібліотечних мереж США, що забезпечують інформаційний пошук в режимі інтерактивного мережевого доступу, належать WLN (Western Library Network, 1972 p.); RLIN (Research Libraries Information Network, 1974 p.); FEDLIN (Federal Library and Information Network, 1976 p.); OCLC (Online Computer Library Center, 1967 p.).

Відтак, якщо зважити частки електронного інформаційного продукту національного походження, представленого на світовому інформаційному ринку, то найбільша частка належить США. Вона складає близько 54 %. Для порівняння Великобританії – 17%, Японії – 12,5%, Німеччині – 6,8%; решта, а це приблизно лише 9,8%, припадає фактично на інші розвинені країни Західної Європи, Канаду. Останнє явно свідчить про те, що Україна, як зрештою і Росія чи й Китай виробляє мізерну частку баз даних, себто інформаційного продукту, який би котувався на світовому інформаційному ринку.

Між тим, на перший погляд така статистика виглядає абсурдною, оскільки всяка спільнота безумовно занурена в інформаційні потоки і кожен її член, не говорячи вже про інститути і установи, постійно виробляє, обмінюється і споживає інформацію. Але увесь «фокус» наявної ситуації криється в тому, чим же насправді є інформаційний продукт, точніше «товар», тобто інформація, яка не просто споживається, а яка має ринкову вартість і може приносити додаткову вартість, тобто, по-суті, є капіталом – річчю не для безпосереднього вжитку чи споживання, а засобом продукування нових споживчих цінностей.

Для прикладу, обсяг світового ринку інформаційно-комунікаційних товарів і послуг зростав з 1993 по 2005 рік з 1153 млрд. євро до 2044 млрд. євро відповідно. Зокрема, темпи зростання у 2005 році становили 4 %.

Отже під інформаційним продуктом, насамперед, тяжіють розуміти певним чином упорядковану інформацію відповідно до вимог і правил (стандартів), наприклад, у вигляді документу, що задовольняла б потребам споживача або користувача та набирає ознак товару – наразі – продукт інтелектуальної праці, що може бути спожитий як безпосередньо, так і здебільшого опосередковано, тобто бути засобом та/або умовою виробництва інших товарів. Останньому найповніше відповідають технології. Зрештою, до інформаційних продуктів, як правило, зараховують бази і банки даних, безумовно, програмні продукти, а також деякі різновиди іншої інформації. Проте є й інші визначення інформаційного продукту. Зокрема, зазначається, що це певним чином втілений у матеріальну форму результат інтелектуальної діяльності, призначенням якого є задоволення потреб суб'єктів у того чи іншого роду інформації. Такими суб'єктами може бути як фізична, так і юридична особа, а також державні установи.

Є й спроби інтегрованого визначення інформаційного продукту в форматі національного простору. Йдеться про подвійний синтез нематеріальних та матеріальних результатів інтелектуальної та виробничої діяльності з одного боку, а з іншого поєднання систематизованої у вигляді того чи іншого інтелектуального продукту інформації та технічних засобів інформаційного забезпечення. До технічних засобів інформаційного продукту, якби остання фраза дивно звучала, прийнято зараховувати різноманітні технічні засоби, пов'язані зі зберіганням, обробкою і передачею інформації, зокрема, мережі, у т.ч. і новітні оптоволоконні, супутникові системи забезпечення передачі сигналу, аудіовізуальні засоби передачі інформації тощо.

Між тим, згаданий варіант комбінування є досить дивним, оскільки поєднується «товари» з явно різними якостями. А це свідчить, що професійна грамотність фахівців, а надто аналітиків у сфері інформаційної активності людини і людства бажає значно кращого рівня, м'яко кажучи.

Говорячи про технології майбутнього, варто відзначити, що характерними ознаками інформаційної економіки є: зростання ролі інформації та знань для суспільного розвитку; поширення інформаційних технологій; формування глобального інформаційного простору; зростання чисельності зайнятих у сфері інформаційних технологій; зростання частки інформаційних продуктів і послуг у ВВП; комп'ютеризація, інформатизація економіки через використання телефонного, інтернет-зв'язку. Усе це призводить до динамічних змін в усіх сферах суспільного життя, зростання можливостей людського розвитку через розширення доступу до інформації, нових знань, більш динамічних процесів формування та розвитку людського, інтелектуального та соціального капіталів.

Становленню інформаційної економіки притаманні такі особливості:

- поступова автоматизація виробництва, ширше використання інформаційних ресурсів і комп'ютерної техніки;
- впровадження інформаційних технологій, що є базою для створення мережевих підприємств і мережевого інтелекту;
- розвиток дистанційної зайнятості;
- структурні зміни на макро- та мікроекономічному рівнях.

На мікрорівні така зміна означає появу підприємства нового типу, яке функціонує у мережі Інтернет, використовує окремо працюючий та територіально відокремлений персонал, а також майже не має матеріальних активів (віртуальні корпорації). На макрорівні з'являється нова галузь економіки — інформаційна індустрія, що виникла в результаті злиття галузей обчислювальної техніки, зв'язку та інформаційного наповнення.

Ознаки інформаційної економіки

- автоматизація виробництва товарів і послуг
- зростання частки інформаційних продуктів і послуг у ВВП
- розвиток можливостей віддаленої праці
- формування глобального інформаційного простору

Можливості для працівника

- інтелектуалізація праці, нові можливості на ринку праці за рахунок появи нових професій
- нові можливості зайнятості в сфері ІТ, зростання доходів

- розвиток дистанційної зайнятості, робота у віддалених мультинаціональних командах
 - швидший доступ до сучасних знань і технологій навчання
- Можливості для національної економіки
- створення високотехнологічних робочих місць, зростання продуктивності праці
 - вихід на нові ринки, розвиток високотехнологічних секторів промисловості
 - розвиток міжнародного співробітництва, в тому числі у високотехнологічних галузях
 - швидке поширення інноваційних технологій, сучасних підходів до ведення бізнесу
- Загрози для працівника
- зниження конкурентоспроможності на ринку праці, швидке застарівання знань
 - зростання вимог до персоналу, швидке застарівання знань
 - десоціалізація, втрата національної ідентичності
 - перенасиченість інформацією, втрата спроможності слідкувати за постійним оновлення інформаційної бази
- Загрози для національної економіки
- зростання технологічного безробіття, маргіналізація певних верств населення
 - зниження чисельності зайнятих у реальному секторі економіки, зміни в регіональній структурі розміщення продуктивних сил
 - зростання конкуренції на ринку праці, її глобальний характер
 - зростання кіберзлочинності, конкуренції за доступ до сучасних інформаційних ресурсів

Використана та актуальна література

1. Бажал Ю. М. Інформаційна економіка / Юрій Бажал // Роль інформації у формуванні ринкової економіки : монографія / за заг. ред. Івана Розпутенка ; Нац. акад. держ. упр. при Президентові України. Ін-т підвищення кваліфікації керівних кадрів. – К. : К.І.С., 2004. – С.34-57.
2. Базилевич В. Д., Ільїн В. В. Інтелектуальна власність: креативи метафізичного пошуку / В. Д. Базилевич, В. В. Ільїн. – К. : Знання, 2008. – 687 с.
3. Гринкевич С.С., Іляш О.І. Теоретико-прикладні аспекти становлення інформаційної економіки в Україні / С.С. Гринкевич, О.І. Іляш // Стратегічні пріоритети. – 2015. – № 1 (34). – С. 56–62.
4. Грішнова О.А. Людський, інтелектуальний і соціальний капітал України: сутність, взаємозв'язок, оцінка, напрями розвитку / О.А. Грішнова // Соціально-трудова відносина: теорія та практика. – 2014. – № 1 (7). – С. 34-40.
5. Грішнова О.А. Майбутнє праці і працівника в інформаційному суспільстві / О. А. Грішнова // Імперативи та інноваційні механізми забезпечення гідної праці в умовах становлення нової економіки : зб. тез доповідей учасників Міжнар. наук.-практ. конф.; 25-26 квіт. 2017 р. – К. : КНЕУ, 2017. — с. 25–26.

6. Грішнова О.А. Нагромадження людського, інтелектуального і соціального капіталу підприємства як основна форма його капіталізації / О.А. Грішнова. // Вісник Донецького університету економіки і права. – 2011. – № 1. – с. 10-13.
7. Данилович-Кропивницька М.Л. Інформаційна економіка як платформа мережизації // Економіка і суспільство. Випуск № 7. 2016. с. 273-278.
8. Дацюк С.А. Сприяння розвитку інформаційного суспільства в інституціональній реальності за його власними правилами / В кн.: "Інформаційне Суспільство. Шлях України". – Київ, Бібліотека інформаційного суспільства, 2004. – с. 201.
9. Економічна енциклопедія: У трьох томах. Т. 1. / Редкол.: .В. Мочерний (відп. ред.) та ін. – К.: Видавничий центр “Академія”, 2000. – 864 с.
10. Економічна оцінка державних пріоритетів технологічного розвитку / За ред. д-ра екон. наук Ю.М. Бажала. – К.: Ін-т екон. прогнозів., 2002.
11. Зінченко О.А., Даріюш П., Зінченко Д.С. Інформаційна економіка: концепція, сутність та розвиток // Економічний вісник НТУУ «КПІ», 2019 <https://ev.fmm.kpi.ua/article/view/181353/181299>
12. Інформаційне Суспільство. Шлях України. Бібліотека інформаційного суспільства / Колодюк А. В. та ін. – К. : Фонд «Інформаційне Суспільство України», 2004. – 309 с.
13. Лисенко М.В. Інформаційне суспільство як теорія і практика сучасності / М.В. Лисенко [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://novyn.kpi.ua/2007-2-1/04_Lisenko.pdf.
14. Малик І. П. Тенденції розвитку інформаційної економіки в Україні / І. П. Малик // Вісник Східноєвропейського університету економіки і менеджменту. Сер. : Економіка і менеджмент. – 2013. – № 1. – С. 25-34.
15. Плєскач В.Л. Електронна комерція / В.Л. Плєскач, Т.Г. Затонацька. – К. : Знання, 2007. – 535 с.
16. Чухно А. А. Інституціонально-інформаційна економіка: підручник / А.А. Чухно, П. М. Леоненко, П. І. Юхименко; за ред. акад. НАН України А. А. Чухна. – К. : Знання, 2010. – 687 с.
17. Drucker P. Post-Capitalist Society. – N.Y., Harper-Collins Publishers, 1995.
18. Hoso Asahi. Joho sangyo ron. Information Industry Theory: Dawn of the Coming Era of the Ectodermal Industry / Hoso Asahi, Umesao Tadao – Tokyo.: VP, 1963. – 156 p.
19. Machlup, F. The Production and Distribution of Knowledge in the United States / F. Machlup. – NJ.: Princeton, 1962. – 283 p.
20. Masuda Y. The Information Society as Post-Industrial Society. – Wash., 1981. – 103 p.
21. Science and Engineering Indicators – 2002. – NSF, National Science Board, 2002.
22. Towards a European Research Area. Science, Technology and Innovation: Key Figures 2002. – European Communities, 2002. – Part 1.

Питання для актуалізації

1. Розкрийте суть феномену економіки, її місця і ролі в існування сучасної людини.
2. Розкрийте базові властивості і характеристики економіки, її співвідношення з іншими сферами існування людини і спільноти.

3. Дайте характеристику інформаційній економіці як черговому етапу трансформації економіки в процесі поступу людства.
4. Розкрийте переваги та слабкі місця інформаційної економіки у порівнянні з економікою індустріального етапу поступу людства.
5. Розкрийте суть базових концепцій та законів та/або принципів інформаційної економіки.
6. Дайте характеристику інформаційному ринку, розкрийте його особливості на фоні класичного ринку (ринку класичних товарів і послуг).
7. Дайте характеристику продуценту інформаційних товарів і послуг, опишіть виклики, з якими стикається згаданий продуцент на фоні продуцента класичних товарів і послуг.
8. Дайте характеристику споживачу інформаційних товарів і послуг, опишіть виклики, з якими стикається згаданий споживач на фоні споживача класичних товарів і послуг.
9. Змодельуйте гармонійний світ як простір існування людини в руслі упорядкування (інформаційної) економіки.
10. Розкрийте суттєву відмінність між передачею та/або засвоєнням оперативних умінь і навиків, притаманних інформаційній спільноті та економіці на фоні класичних (індустріальних) спільноти і економіки.
11. Охарактеризуйте явище світового інформаційного ринку у світлі сучасних тенденцій поступу людства.
12. Розкрийте структуру світового інформаційного ринку та опишіть принципи його функціонування.
13. Розкрийте суть та дайте характеристику явищу інформаційного продукту, у т.ч контексті міжнародних відносин.
14. Розкрийте суть та дайте характеристику явищу інформаційних послуг, у т.ч контексті міжнародних відносин.
15. Опишіть, що собою представляє феномен економіки знання або інформації, охарактеризуйте базові засади функціонування економіки знання.
16. Дайте характеристику міжнародним інформаційним відносинам як спеціалізованій галузі міжнародного співробітництва.
17. Розкрийте особливості інформаційно-аналітичних продуктів та послуг у порівнянні з інформаційними та традиційними продуктами і послугами.
18. Розкрийте ключові принципи і напрями діяльності ключових інституцій ЄС у галузі інформації і комунікації.
19. Дайте характеристику актуальним на поточний момент економічним, технологічним, культурологічним та лінгвістичним рамковим програмам ЄС.
20. Проаналізуйте особливості впливу процесів глобалізації на трансформацію світової економіки у розрізі інформаційної її складової.
21. Розкрийте роль і місце ТНК у функціонуванні інформаційної економіки.
22. Дайте характеристику принципам і проявам міжнародної конкуренції на інформаційному ринку.
23. Розкрийте суть базових концепцій та законів та/або принципів інформаційної економіки.
24. Розкрийте особливості правового регулювання електронної комерції.
25. Проаналізуйте структуру міжнародного інформаційного бізнесу.

26. Дайте характеристику регіональним та провідним інформаційним ринкам в структурі світового інформаційного ринку.
27. Особливості конкуренції ТНК на світовому та регіональних ринках інформаційних продуктів та послуг.
28. Розкрийте особливості інформаційної економіки та бізнес-активності в Україні: проблеми, трансформації і динаміка.

Питання до семінарського заняття

Мета. Усвідомлювати: себе, інших та організації і установи суб'єктом та об'єктом економічних інформаційних відносин

Мати структуроване уявлення про: структуру та особливості функціонування світового інформаційного ринку, якості і властивості інформаційно-комунікаційних послуг, особливості інформації як товару та предмету споживання

Оперувати: навичками формувати інформаційний продукт та надавати йому привабливих споживчих якостей, аналізувати якість інформаційного товару

1. Поміркуйте над тим, яким би міг чи мав би бути світ, коли б інформація принципово не мала б комерційної цінності.
2. Поміркуйте над тим, що саме надає інформації цінність загалом та комерційну цінність зокрема.
3. Проаналізуйте явище міжнародної інформації на предмет можливості бути глобальним (бізнес-)проектом.
4. Дайте характеристику (екзистенційним) підвалинам інформаційного ринку загалом та світового інформаційного ринку зокрема.
5. Поміркуйте над тим, коли і як виник ринок загалом та інформаційний ринок зокрема, та що дало поштовх появи (інформаційного) ринку.
6. Розкрийте суть явища (поняття) економіки знання та/або економіки інформації: чи цілком ідентичні за своїм змістом ці два явища.
7. Дайте характеристику інформаційному продукту та послугі з огляду на їх властивість задовольняти потреби, бажання, очікування суб'єкта.
8. Дайте характеристику споживачу інформаційних продуктів та послуг, попередньо встановивши його/їх ідентичність.
9. Розкрийте суть привабливої та/або змістовної як на вас тієї чи іншої концепції інформаційної економіки.
10. Розкрийте природу (походження, співвідношення з дійсністю тощо) законів та закономірностей інформаційної економіки, відомих вам.
11. Розкрийте особливості правового регулювання електронної комерції: суб'єкти, інструменти, підходи до регулювання.
12. Опишіть глобальну структуру світового інформаційного ринку як деякого можливого проекту.
13. Опишіть структуру міжнародного інформаційного бізнесу з огляду на цілі і вигоди, що їх переслідують суб'єкти ринку.
14. Розкрийте особливості конкуренції ТНК на світовому та регіональних ринках інформаційних продуктів та послуг.
15. Дайте характеристику інформаційному бізнесу в Україні з огляду на проблеми, напрямки трансформації та динаміку розвитку.

16. Опишіть формування міжнародних інформаційних відносин як спеціалізованої галузі міжнародного співробітництва.
17. Розкрийте особливості інформаційно-аналітичних продуктів та послуг з огляду на спроможність людини відображати дійсність та притаманні їй процеси.
18. Здійсніть прогностичний аналіз тенденцій та мегатрендів міжнародного розвитку.

Модуль III. Відомості як об'єкт і засіб активності та взаємодії

Тема 11. Відомості як предмет маніпулювання та адресного донесення

Маніпулювання як певний механізм і засіб досягнення цілей у соціокультурному середовищі наділених здатністю до рефлексії мислячих істот є знаковим і значим для індивідуального та колективного існування явищем, у т.ч. в розрізі комунікативної взаємодії. Особливої актуалізації проблема маніпулювання досягла в період тотальної інформатизації життєвого простору людини або в межах сучасного інформаційного суспільства. Відповідно найчастіше під маніпуляцією прийнято розуміти «цілеспрямований прихований вплив на свідомість, поведінку або емоційний стан людини чи групи з метою змінити їхні дії у вигідному для маніпулятора напрямку» (ШІ). Між тим, хоча подібне визначення, очевидно, цілком задовольняє запитам інтелектуально неспокушених «дослідників» і «знавців», все ж з позицій безпосередньої практики воно виявляється, по-суті, «пустим», точніше оманливим, оскільки усякі спроби цілеспрямовано вчинити маніпулятивні дії з метою досягнення конкретних цілей, виходячи з наведеного трактування згаданого механізму взаємодії та/або впливу, а отже і розуміння його суті, приречені на невдачу. Причина криється у тому, що в теорії насправді відображається інше явище, аніж те, чим оперують свідомо (професійні оператори), однак найчастіше неусвідомлено (наділені тим чи іншим ресурсом представники спільноти), себто слідуючи неусвідомленим пусковим (спонукальним) механізмам активності, на практиці, очевидно, інтуїтивно відображаючи його суть. По-перше, в теорії маніпулювання відбувається начебто свідомістю, а на практиці – таки увагою, що, безумовно, відобразиться, так би мовити, на вмісті свідомості, але вже як ефект від фіксації уваги. При цьому слід зафіксувати той факт, що свідомість та увага двома кардинально відмінними прояви буття, суть яких інтерпретується далеко від дійсності в межах класичної, точніше схоластичної психології. По-друге, не можливо впливати на поведінку, бо остання є сукупністю засвоєних моделей реакцій на повторювані подразники, тому можливо стимулювати до прояву бажаних реакцій, оперуючи відповідними подразниками. Теж саме стосується емоційного стану – на нього не можливо вплинути, тоді як можливо спонукати суб'єкта до входження в у той чи інший емоційний стан.

Маніпуляція загалом передбачає прихований вплив, який часто не усвідомлюється суб'єктом, який піддається впливу, або рецептивним суб'єктом. Згаданий механізм впливу опосередкованого через встановлення тимчасового часткового контролю над увагою рецептивного суб'єкта на його активність з боку ініціюючого суб'єкта відзначається кількома суттєвими рисами, зокрема:

- націленістю та/або цілеспрямованістю, що полягає у наявності визначених мети та цілі, які переслідуються ініціюючим суб'єктом;
- прихованістю, що полягає у неспроможності рецептивного суб'єкту з огляду на його (обмежений) інтелектуальний та/бо іншого роду потенціал (здатність) відображати (споглядання, інтуїція тощо) встановити дійсну причинність власної активності загалом та у визначеній ситуації зокрема з огляду

на цілеспрямоване або інтуїтивне приховування маніпулятором як власних інтенцій та дійсних інтересів, так і факту власної позиції, себто справжньої причинності своєї конкретної активності;

- емоційно-чуттєвою домінантою, що полягає у зосередженості рецептивного суб'єкта на переживаннях, породжених внаслідок цілеспрямованого та/або прицільного впливу ініціюючого суб'єкта, у іншому випадку – збігом обставин, на шкоду зваженим міркуванням щодо наявних фактів і процесів: як правило, йдеться про відчуття провини та сорому (страх божий), актуалізацію різного роду страхів, а також афективний стан;

- зашореністю, що полягає у ігноруванні рецептивним суб'єктом будь-якими альтернативними варіантами відображення процесів і фактів, пов'язаним з упередженим впертим відмежуванням від альтернативних джерел відомостей нібито завідомо оманливих;

- залипанням, що полягає у ігноруванні будь-якими альтернативними варіантами відображення процесів і фактів, пов'язаним з відсутністю, точніше нав'язуванням і підтримуванням в актуальному стані відчуттям відсутності часу для зважування і прийняття належного (адекватного) рішення;

- концентрацією на дихотомії добро-зло, а також свій-чужий, що полягає у досвідному задаванні стилю і способу відображення чого б то було;

- повторюваністю, що полягає у запуску механізму закріплення і прийняття як належного того, що підлягає системному відтворенню;

- навіюваністю, що полягає у примусовому зміщенні картини світу, точніше відображенні поточної ситуації, у якій перебуває рецептивний суб'єкт.

У сучасному глобалізованому світі, де інформація, – насамперед відомості як стан інформації, – набула рис стратегічного ресурсу, маніпулювання, часто так зване делікатне, відомостями опинилося в полі уваги не лише вузьких фахівців, а й має за посередництва все тих же інформаційних ресурсів. Тобто має місце чергова реструктуризація так званої громадської думки, як інтегрованої сукупності домінантних проблем, до яких прикута увага має. При цьому стає очевидним, що оперування поширюваною на маси інформацією у стані відомостей здебільшого апріорі вирізняється маніпулятивним характером. Зокрема примітивне уявлення видається як авторитетне, хибні твердження як істинні, бажане за дійсне тощо. Тож має місце маніпулювання відомостями, присуті, тотальне та/або глибинне, себто на рівні існування (екзистенції), якщо під відомостями розуміти такий стан інформації, який дозволяє нарощувати та/або розширювати наявні у розпорядженні на рівні мисленнєвого оперування колективного чи індивідуального суб'єкта уявлення з приводу предмету його цікавості або актуалізованої проблеми. Відповідно **маніпулювання відомостями** є процес і механізм оперування базовими уявленнями, притаманними суб'єкту, як індивідуальному, так і колективному, поза їх спроможністю та/або схильністю та/або наміром верифікувати підстави для таких уявлень. У вужчому значенні маніпулювання відомостями передбачає нав'язування рецептивному суб'єкту певних ідей, нерефлексоване (цілеспрямовано не фіксоване і невідображуване у свідомості) останнім. У такому разі нав'язані маніпулятором ідеї ідентифікуються рецептивним суб'єктом як власні або такі, до яких би він міг дійти сам в процесі мислення абощо. Як наслідок, на відміну від відкритого переконання чи

аргументації, маніпулювання не передбачає рівноправного діалогу, а базується на використанні психологічних механізмів, емоцій, стереотипів і неусвідомлених реакцій.

Зрештою **маніпулювання відомостями** цілком послідовно трактувати як *навмисне спотворення, дозоване донесення або приховування відомостей стосовно фундаментальних причинності та основ буття, у іншому разі – певного предмету цікавості з метою нав'язування певних світоглядних установок, моделей реакції на подразники (виклики), а також задання бажаної та/або прогнозованої траєкторії активності, у т.ч. мислення.*

На рівні загального вжитку маніпулювання відомостями ідентифікується переважно як навмисне, водночас завуальоване спотворення або вибіркоче подання інформації з метою впливу на суспільну свідомість, (міжнародну) громадську думку або політичні процеси. На фоні відкритої дезінформації, делікатне маніпулювання часто здійснюється через напівправду, перекручений контекст або зміщення акцентів у повідомленнях, що ускладнює його виявлення.

У контексті міжнародної інформації це явище проявляється через різні канали. Наприклад, міжнародні ЗМІ можуть по-різному висвітлювати один і той самий конфлікт залежно від внутрішньо- та зовнішньополітичних інтересів, подаючи його або як «миротворчу місію», або як «жорстке придушення протестів». Такий підхід дозволяє формувати сприятливе сприйняття певних державних дій або, навпаки, дискредитувати опонентів на міжнародній арені.

Інший потужний інструмент маніпулювання – це сучасні політичні інформаційні системи, зокрема соціальні мережі, що працюють на основі алгоритмів, які підсилюють емоційний або контрверсійний контент. Завдяки цьому відбувається підсвідоме формування політичних симпатій та антипатій у користувачів, які не завжди усвідомлюють, що потрапили під інформаційний вплив. Цей ефект особливо помітний під час виборчих кампаній або міжнародних криз.

Також дедалі активніше використовуються технології deepfake – створення фальшивих відео із залученням штучного інтелекту, які можуть симулювати виступи відомих політиків. Їх застосування в міжнародному інформаційному полі спрямоване на дестабілізацію ситуації або дискредитацію лідерів.

Не менш ефективною є техніка інформаційного замовчування (agenda cutting), коли важливі події свідомо не висвітлюються. Це трапляється, наприклад, у випадках, коли держави не хочуть псувати дипломатичні відносини з партнерами, тож замовчують репресії чи порушення прав людини.

Ще один спосіб – використання експертних думок, які мають вигляд об'єктивних, проте насправді є заангажованими. Аналітичні звіти, дослідження або інтерв'ю, що публікуються за підтримки зацікавлених сторін, часто маскуються під науковий аналіз, тоді як їхнє реальне завдання – легітимізувати політичні або економічні дії певної країни.

Таким чином, делікатне маніпулювання інформацією є ефективним інструментом сучасних інформаційно-політичних технологій, яке використовується для контролю над громадською думкою як всередині країн, так і на міжнародному рівні. Його виявлення вимагає високого рівня медіаграмотності, аналітичного мислення та критичного ставлення до джерел інформації.

Технологічне підґрунтя маніпуляції відомостями:

- обмеженість (спроможностей) індивіда: переважній більшості представників спільноти з огляду на їх «технічні» характеристики, а також стан колективної ментальної атмосфери не властиво критично підходити до змісту відомостей, які надходять, особливо це стосується масово орієнтованих посилів, зокрема офіційно чи публічно поширюваних новин, а також яскраво заряджених інформаційних одиниць, такі як слогани, заклики, яскраві цитати, заяви авторитетів тощо;

- інтенційність та упередженість індивіда: переважній більшості представників спільноти з огляду на їх «технічні» характеристики, а також стан колективної ментальної атмосфери властиво вірити у ті повідомлення, зміст яких перегукується з їх симпатіями і налаштуваннями: людина охоче вірить в те і довіряє тому, у чому вона зацікавлена або до чого емоційно прив'язана;

- конформність³ індивіда: переважній більшості представників спільноти з огляду на їх «технічні» характеристики, а також стан колективної ментальної атмосфери властиво покладатися на масово визнану або думку авторитетів чи експертів.

Серед способів маніпулювання відомостями чільне місце належить так званій грі слів – стилю і способу комунікації, відповідно до якого відомості одиниці передбачають певний спектр його трактувань, як мінімум прямий або буквальный і низку асоціативних. З фахової токи зору гри слів прийнято позначати як **семантична маніпуляція** – оперування багатозначними за своїм змістом поняттями або їх поєднанням – фразами, у іншому випадку емоційно та/або змістовно розмитими термінами чи поєднаннями понять з метою формування комунікативного поля когнітивної невизначеності, у супроводі стану неоднозначності та/або невизначеності, що породжує відчуття певної розгубленості на рівні рецептивних суб'єктів та/або комунікаторів та веде до пригнічення здатності належним чином реагувати на виклики.

Серед засобів, що дозволяють підтримувати та/або реалізувати гру слів, чільне місце належать

- евфемізмові – підміні неприємних чи «гострих» формулювань (визначень) нейтральними: збройна операція» замість «вторгнення»; «оптимізація персоналу» замість «скорочення»;

- гіперболі чи її протилежності – применшенні значущості: «безпрецедентний успіх» – перебільшення; «легке непорозуміння» – применшення серйозного конфлікту;

- підміні понять: замість «цензура» вживається «редакційна політика», замість «корупція» – «непрозора домовленість».

Оперування згаданими та їм подібними прийомами призводить до втрати рецептивним суб'єктом належного контролю над ситуацією внаслідок суттєвого

³ Конформізм – спосіб реакції соціального елемента на подразники і виклики, що безпосередньо відбивається на його активності та відзначається тяжінням бути синхронним домінантним тенденціям, притаманним оточенню або соціальному середовищу загалом шляхом підлаштування, пристосування та демонстрації безапеляційної згоди часто всупереч власним поточним припущенням та висновкам, а отже критичному мисленню та смаку, а також системі цінностей. Таким чином конформізм набирає ознак схильності суб'єкта безапеляційно покладатися на авторитет інших, зокрема експертів та/або «розчиняти» власні бачення і переконання у домінантній ідеї або масово реплікованій ідеї чого б то було.

викривлення уявлення про ситуацію. Причиною тому, окрім іншого, є факт апеляції згаданих прийомів радше до ірраціонального начала або позасвідомого індивіда, аніж до відчуття такту та міри, здатності встановлювати зв'язки у відповідності до норм здорового глузду, себто аналітичної складової інтелекту.

Маніпулювання відомостями, особливо на рівні гри слів стає принципово можливим з огляду на природу **пізнання** – *спроможність встановлювати та ідентифікувати феномени свідомості, видаючи при цьому контент свідомості за нібито об'єктивну **реальність** – децо, що існує саме по собі не залежно і не будучи зумовленим свідомістю*. Тобто пізнанню не властиво відкривати дійсність як вона є, а лише оперувати уявленнями про дійсність, сформованими на рівні соціуму як певної стійкої форми буття. Механізмом пізнання є **інтерпретація** – *механізм встановлення феноменів та відносин між ними у відповідності до ментальних налаштувань індивіда та/або розподільчої спроможності інтелекту*. Тоді як з позицій загально поширеної інтерпретації явища інтерпретації, останнє ідентифікується як таке висвітлення фактів і міркувань, яке переломлене через призму індивідуальної точки зору джерела відомостей, а отже зміщене стосовно мислимої об'єктивної реальності. У згаданому ракурсі інтерпретація напряду ув'язується з так званою вибірковою правдою та/або зміщенням акцентів.

Прийнято розрізняти такі варіанти інтерпретації:

- контекстне зміщення – пересмикування або висмикування фактів із цілісного контексту, наприклад, вказано, що державний діяч назвав своїх опонентів «непрофесіоналами», але не вказано обставин, за яких була озвучена оцінка;
- фокусування на деталях – зміщення акценту з опису цілісної картини ситуації на окремих її проях, зручний оператору для просування вигідних наративів, наприклад, концентрація уваги на начебто протизаконній активності представника протестувальників, який розбив вікно, оминаючи належний опис обставин, за яких це сталося;
- узагальнення – поширення характеристик щодо окремого елемента групи на усю групу, наприклад, звинувачення у схильності до шахрайства цілої групи студентів з огляду на асоціальну поведінку лише одного представника спільноти.

Зрештою за посередництва інтерпретації формується і підтримується стійка ілюзія об'єктивності, під яку прошивається певний ідеологічний, а отже світоглядний базис.

Маніпулювання відомостям, окрім іншого, призводить до:

- утвердження тенденційного уявлення про процеси, події, факти, явища та осіб;
- соціальне розшарування за критерієм прихильності до тих чи інших інтерпретацій резонансного явища;
- поширення нігілістичних настроїв, у т.ч. внаслідок зведення рівня довіри до соціально-політичних інститутів;
- зміщення емоційної атмосфери спільноти в бік пригнічення, фрустрації тощо.

Акцентування уваги феномену соціальної активності і взаємодії, ідентифікованого як маніпулювання відомостями, тісно пов'язано з «батьком зв'язків з громадськістю» Едвардом Бернейзом (англ. Edward Louis Bernays).

Вважається, що саме він вперше ввів у широкий обіг термін «public relations». Комбінуючи у своєму світогляді ідеї, синхронні з ідеями Густава Лебона (фр. Gustave Le Bon) щодо природи і причинності натовпу, Вілфреда Тротера (англ. Wilfred Batten Lewis Trotter) щодо спонукальних механізмів активності мас (стадний інстинкт) та Зігмунда Шломо Фрейда (нім. Sigmund Schlomo Freud) щодо ірраціональної причинності активності людини, Е.Бернейз обстоює ідею, що управління, а, по-суті, маніпуляція масами є неспростовною умовою підтримання порядку та усталення соціального простору в умовах так званої демократії. Причиною тому є факт явної обмеженості середньостатистичного представника спільноти, у т.ч. і щодо спроможності формувати та приймати належні та/або адекватні до поточної ситуації рішення і, як наслідок, екзистенціальна потреба у коригуючому і спрямовуючому началі, себто екзистенціальному супроводі або, мовою практики, управлінні – від соціально-політичного до тотального, якщо мова йде про соціально неповноцінних (інтелектуально або психічно) обмежених представників спільноти. Відповідно, Е.Бернейз системно переконувався у адекватності своїх переконань на практиці, організовуючи численні масштабні кампанії опосередкованого управління та/або прихованого спонукання мас до певної активності на замовлення корпорацій, а також уряду.

Зважаючи на досягнення у сфері цифрових технологій, а також завдяки таргетованій рекламі, нейромаркетингу та оперуванню штучним інтелектом, точніше Big Data завдяки ШІ, маніпуляція активністю мас на поточний момент для неспокушеного фахівця в соціальній інженерії видається значно витонченішою у порівнянні з тим, як це було в попередньому столітті. Зокрема в око численних «фахівців» впадає технологія поміщення середньостатистичного представника сучасної спільноти в «інформаційну бульбашку» на рівні соціальних мережах, де рецептивного суб'єкта наче б то «оточують» лише ті відомості, які синхронні з поглядами споживача, що дозволяє вчиняти бажаний маніпулятивний вплив на нього.

Між тим, у ХХІ столітті інформаційний простір трансформувався до рівня, коли боротьба точиться не стільки за ресурси, скільки за увагу людини. У цьому контексті особливого значення набуває таке явище як **таргетинг** – механізм адресного цілеспрямованого донесення відомостей за посередництва реклами представникам визначеної соціальної страти у відповідності до певних її соціокультурно-ментальних характеристик, зокрема рівня соціо-економічної самодостатності, особливостей освіти і виховання, особливостей колективної (групової) ідентичності, у т.ч. етнічної, релігійної тощо. Саме через нього здійснюється сучасна комунікація між бізнесом і споживачем, між політиками й виборцями, між медіа і громадськістю. І хоча на перший погляд таргетинг є лише інструментом просування товарів чи послуг, насправді він є значно ширшим явищем, що впливає на формування думок, уподобань та навіть ціннісних орієнтирів. Суть таргетингу полягає в глибокому аналізі даних про споживачів з метою формування індивідуального інформаційного впливу. Це означає, що кожна людина, користуючись інтернетом, залишає після себе слід: пошукові запити, вподобання, перегляди, лайки, підписки, геолокації. Алгоритми, які стоять за таргетинговими системами, здатні обробляти ці дані і робити висновки про інтереси, потреби, життєві обставини користувача. І як результат йому

показується інформація, яка не просто загальна, а адресна, тобто така, що має максимальний шанс викликати емоційну або раціональну реакцію.

Завдяки цій здатності таргетинг перетворився на ефективний інструмент маніпуляції увагою. У наш час, коли візуальний і текстовий шум оточує людину всюди, надзвичайно важливо не лише створити повідомлення, а й донести його до потрібного адресата у відповідний момент. Таргетинг дозволяє обирати, кому, коли й як подати інформацію, щоб вона привернула так звану бурхливу увагу. Такий підхід вимагає не стільки класичного рекламного мистецтва, як глибокого розуміння людської психології й поведінкової економіки. Сильні сторони таргетингу очевидні. Насамперед, це ефективність. Людина, яка отримує релевантну інформацію, з більшою ймовірністю прийме рішення, на яке очікує рекламодавець: купити товар, підписатися на сторінку, перейти за посиланням. Таргетинг також дозволяє працювати з вузькими сегментами аудиторії. Такий рівень персоналізації раніше був просто неможливий. Як факт, таргетинг змінює саму логіку інформаційного впливу. Якщо у традиційній рекламі важливо було голосно поширити інформацію, щоб тебе почули серед інших, то тепер достатньо надати цю ж саму інформацію тому, хто зацікавлений задля певного ефекту який важливий для тих хто створив саму цю рекламу. Це створює ілюзію діалогу, наближеності, індивідуального підходу. Людина не відчуває себе об'єктом масової атаки, а радше – учасником персонального інформаційного обміну. І хоча з точки зору зручності це може виглядати як перевага, саме тут криється і один із найглибших ризиків. Слабкі сторони таргетингу пов'язані передусім із питанням етики, прозорості й маніпуляції. Успішно таргетована інформація може створити відчуття особистої значущості, хоча насправді є лише результатом роботи алгоритму. Користувач не завжди усвідомлює, чому бачить ту чи іншу рекламу, чому йому знову і знову повторюють одні й ті самі повідомлення, формуючи певне уявлення про світ або продукт. Тут виникає ефект інформаційної бульбашки, коли людина починає бачити лише те, що відповідає її інтересам або вподобанням, і не отримує альтернативної точки зору. Особливо небезпечним це стає у політичному або соціальному контексті, бо ті ж самі кампанії, побудовані на таргетингу, здатні не лише переконувати, а й розділяти, поляризувати, створювати ілюзію більшості або штучного консенсусу. Як наслідок, ми маємо не лише змінені споживчі звички, а й трансформацію ціннісних переконань, іноді непомітну, але надзвичайно глибоку.

Тобто у нашому світі, де увага стала новою валютою, а дані – інструментом впливу, таргетинг постає не просто як маркетинговий прийом, а як дзеркало сучасного стану людства. Ми увійшли в епоху, коли людина водночас є і суб'єктом, і об'єктом цифрових процесів: вона шукає інформацію і сама ж стає джерелом інформації для алгоритмів; вона прагне вибору, але її вибір вже скерований непомітним зовнішнім імпульсом. Звідси питання. Де проходить межа між вільною волею і керованою свідомістю? Якщо кожне наше рішення стає прогнозованим, а реакція спланованою, чи залишає це простір для істинної автономії? У цифровому світі свобода стає не стільки станом, скільки боротьбою за право мислити незалежно, сумніватися, бачити ширше, ніж те, що подають персоналізовані стрічки. Таргетинг, як будь-який інструмент, не є злом чи добром сам по собі. Його етичність залежить від мети, з якою його використовують, і від здатності кожної людини залишатися суб'єктом, як мислячим, критичним,

уважним до того, що відбувається навколо. Сучасна людина має навчитися бути не просто споживачем інформації, а її свідомим фільтром, її співтворцем. У цьому – виклик і сенс нового інформаційного гуманізму, де технології мають служити людині, а не перетворювати її на передбачуваний механізм.

З таргетуванням як способом адресного донесення інформаційних імпульсів та стимулювання груп щодо певної активності чи позиціонування досить тісно пов'язана соціальна інженерія.

Соціальна інженерія – це сукупність методів впливу на свідомість та поведінку індивіда або мас з метою їхнього керованого моделювання у бажаному напрямі. Вона виступає механізмом системного моделювання, оскільки дозволяє передбачати, формувати та змінювати соціальні процеси, використовуючи знання про психологію, соціологію, культурні установки та інформаційне середовище.

У широкому сенсі, соціальна інженерія – це цілеспрямоване конструювання суспільної поведінки, базоване на аналізі соціальних механізмів та закономірностей.

У вузькому значенні (в IT-сфері) – це методи обману для отримання конфіденційної інформації.

У контексті міжнародної інформації, зрештою як і будь-якого гуманітарного знання соціальну інженерію прийнято розглядати як механізм упорядкування соціально-політичного простору та забезпечення передбачуваності активності елементів спільноти. Таким чином соціальна інженерія як механізм дозволяє до певної міри

- моделювати поведінку індивідів і мас;
- задавати тон настроям (громадській думці), контенту соціальних комунікацій, активностям як реакції на виклики (подразники);
- корегувати ідентичність, як колективну так і індивідуальну, сукупність соціальних орієнтирів, ієрархію цінностей.

Серед засобів (інструментів) соціальної інженерії чільне місце належить таким:

- маніпуляція у вигляді селективного донесення фактів та їх інтерпретацій, що, з одного боку, призводить до формування стійкої ілюзії вибору, а з іншого – формування бажаного бачення (уявлення) і його репрезентації за посередництва відповідних міркувань;
- наративне конструювання, зокрема за посередництва пропаганди, формами донесення якої є різного роду медіа та мистецька продукція, зокрема фільми, новини, освітні програми, що тягне за собою суттєве корегування світосприйняття і світоставлення;
- символічна інженерія як спосіб опосередкування соціальної дійсності за допомогою символів, знаків, схем до рівня прийнятної і зрозумілої картини світу з чітко визначеними установками, за допомогою якого формуються стійкі асоціативні ряди як елементи колективної ідентичності та приналежності;
- когнітивне програмування як спосіб «прописування» на рівні індивідів у масі своїй алгоритмів мислення (відображення процесів, явищ, фактів), що забезпечує стереотипність (тенденційність, шаблонність) сприйняття і відображення;

- соціальне конструювання реальності як спосіб моделювання та утвердження соціокультурних еталонів, норм, моделей взаємодії, а за їх посередництва особливостей соціальних ролей і статусів та зв'язків між ними.

Таким чином соціальна інженерія дозволяє досягти відчутного результату щодо моделювання як індивідуальної, так і колективної поведінки, зокрема за посередництва підтримання стійкої ілюзії на рівні індивіда щодо його самодостатності в питанні вчинення вибору та формування власної думки щодо того чи іншого предмету цікавості (ефект вікна Овертона). Що ж до масової поведінки, то тут йдеться про

- формування атмосфери штучної згоди, що проступає через ефект соціального підтвердження, зокрема у вигляді «всі так думають» або «так радять авторитетні особи (фахівці)»;

- масову мобілізацію за посередництва просування в маси відповідного ракурсу наративів;

- деморалізація прихильників різного роду соціальних інституцій, рухів, започаткувань шляхом нав'язування ідеї марності їх активності, абощо.

Звісно соціальна інженерія як інструмент з тією чи іншою мірою професіоналізму використовується повсюдно управлінськими та бізнесовими установами і організаціями. Зокрема соціальна інженерія активно використовується в процесі просування в маси численних проектів, вигідних насамперед їх «замовникам» чи репрезентантам або необхідних, але непопулярних в масах.

Загалом соціальну інженерію у вузькому ракурсі доцільно розглядати як потужний інструмент системного впливу на свідомість і поведінку людей, який дозволяє моделювати індивідуальні й колективні дії у потрібному напрямку. Вона є ключовою технологією у сучасній інформаційній політиці й може використовуватись як на благо суспільства, так і з маніпулятивною чи деструктивною метою.

Соціальну інженерію також прийнято розглядати яке науку, предметом вивчення якої є поведінку представника спільноти загалом або конкретно визначеної соціальної страти та фактори, які на неї впливають. Тому ключова мета соціальної інженерії зводиться до двох факторів:

- дослідження причинності активності репрезентанта спільноти чи певної страти;

- дослідження умов та обставин, які суттєво впливають на формування спонукальних механізмів представника спільноти, зокрема ієрархію цінностей, притаманних певному кластеру, настроїв тощо.

На базі цих досліджень можна визначити, що саме спонукає людину на конкретну дію. Наприклад, вивчення середовища, в якому жив вбивця, допоможе зрозуміти його систему цінностей. Ця інформація надасть можливість розробити соціальну структуру, в якій будуть формуватись інші системи цінностей. Системи цінностей, у яких насамперед буде цінуватись людське життя та індивідуальність.

Термін «соціальна інженерія», як акт психологічної маніпуляції, також пов'язують із суспільними науками, однак він широко використовується серед спеціалістів з комп'ютерної та інформаційної безпеки.

Методи несанкціонованого доступу до інформації можна умовно поділити на дві категорії: з використанням методів соціальної інженерії та без них. На відміну від другого випадку, коли зловмисник повинен володіти знаннями у галузі ІТ, у першому для отримання конфіденційних даних він спирається на знання з соціології та психології.

Психологічною передумовою застосування методів соціальної інженерії є така особливість людської психіки, як когнітивні упередження. Через це надійність комп'ютерної системи є не вищою, ніж надійність її оператора. Зловмисники проникають навіть у добре спроектовані, захищені комп'ютерні системи, скориставшись неухважністю довірених користувачів або умисно вводячи їх в оману (наприклад, відрекомендувавшись системним адміністратором або амбасадором комерційного бренду, надсилають повідомлення із запитом паролів).

Існують різні типи кібератак, наприклад, введення шкідливого коду у код вебсайту або застосування шкідливих програм (вірусів, троянів тощо). Атаки такого виду перешкоджають керуванню пошкодженим продуктом або його налагодженню. Що ж стосується соціальної інженерії, то цей тип атак спрямований не безпосередньо на комп'ютерну систему, а на її користувачів – «найслабшу ланку», і шляхом обходу інфраструктури, призначеної для захисту від шкідливих програм, він дозволяє досягти тих же результатів, що й інші види кібератак. Оскільки такі прийоми значно складніше виявити чи запобігти їм, цей напрям атак є набагато ефективнішим за інші.

Основна тактика соціальної інженерії – за допомогою психологічних методів (наприклад, спілкуючись начебто від імені сервісної компанії чи банку) переконати користувача розкрити інформацію особистого характеру (паролі, номери кредитних карток тощо).

Претекстинг, від англ. pretexting, у Великій Британії також використовується термін blagging чи bohoing, полягає у застосуванні заздалегідь розробленого сценарію (приводу, чи претексту), щоб спонукати вибрану жертву до розголошення інформації чи виконання дій, до яких у звичайних обставинах вона не вдалася б. Оскільки цей метод ґрунтується на спланованій схемі обману, то атакуванню передуює збір інформації, необхідної шахраєві для того, аби видати себе за іншу особу (з'ясування дати народження, паспортних та інших ідентифікуючих даних, суми останнього рахунку тощо), щоб у жертви не виникло сумнівів у законності дій шахрая.

Фішинг (англ. phishing) – це метод заволодіння інформацією приватного характеру обманним шляхом. Зазвичай фішер надсилає електронний лист начебто від імені офіційної установи – банку чи платіжної системи – із запитом про «верифікацію» інформації та попередженням про настання певних негативних наслідків у разі невиконання зазначених вимог. Такий лист, як правило, містить посилання на підробну вебсторінку, схожу на справжню (із логотипами компанії, аналогічним контентом та ін.), де від користувача вимагається ввести у форму особисті дані, від домашньої адреси до PIN-коду банківської платіжної картки.

Телефонний фішинг або вішинг (англ. vishing від поєднання Voice та Fishing) – це один з найстаріших методів соціальної інженерії. Телефонний зв'язок забезпечує унікальні можливості для проведення соціотехнічних атак і є звичним і знеособленим засобом спілкування, оскільки жертва не може бачити зловмисника. Основні цілі таких атак:

- запит інформації, яка забезпечує доступ до самої телефонної системи або дозволяє отримати віддалений доступ до комп'ютерних систем;
- отримання можливості здійснювати безкоштовні дзвінки;
- отримання доступу до комунікаційної мережі;
- запит інформації чи доступу по телефону є порівняно безпечним видом атаки для зловмисника. Якщо жертва починає підозрювати щось чи відмовляється виконувати запит, зловмисник завжди може покласти трубку.

Метод атаки «Дорожнє яблуко» схожий на дію троянської програми. Зміст атаки в тому, щоб підкинути співробітнику компанії фальшивий фізичний носій інформації (флеш-накопичувач, тощо). Носій має виглядати як офіційний, мати логотип чи надпис, що зацікавить співробітника, наприклад флеш-накопичувач з надписом «заробітна плата 2017 – 2018». Якщо співробітник вставить такий носій до комп'ютеру, що має зв'язок з корпоративною мережею підприємства, запускається шкідливий код і зловмисник отримує доступ до одного комп'ютера чи до усієї мережі.

Пошук інформації в смітті. Варто дотримуватися правил утилізації паперового сміття та електронних носіїв інформації, особливо якщо це стосується конфіденційної та корпоративної, закритої чи відкритої інформації. Міри безпечної утилізації стосуються і електронних офісних пристроїв.

Індивідуальні підходи. До індивідуальних підходів можна віднести як негативні стратегії, так і позитивні. Є наступні підходи: залякування (зловмисники, які обрали цю стратегію, примушують жертву виконати запит за допомогою шантажу або видачі себе за іншу особу), переконання, виклик довіри.

Зворотна соціотехніка. Соціотехніка – цей термін використовується для позначення шахрайських дій, спрямованих на отримання інформації, яка дає змогу проникнути до певної системи та даних, що в ній знаходяться. Соціотехніка зазвичай є грою зловмисника на довірі людини. Захист від атак, заснованих на зворотній соціотехніці, є досить важким. У жертви немає підстав підозрювати зловмисника у чомусь, оскільки при таких атаках створюється враження, що ситуація знаходиться під її контролем.

Методи протидії

Соціальна інженерія є багатогранним і складним способом отримання конфіденційної інформації від користувачів із застосуванням методів переконання і технологічних засобів. Будь-яка людина в сучасному світі є вразливою до соціальної інженерії, а отже, повинна залишатися постійно в курсі того, з ким вона взаємодіє як в режимі онлайн, так і віч-на-віч. Завдяки підвищенню розпізнавання недостовірної інформації та спроб обдурити користувачів у розголошенні секретної інформації компанія та її співробітники зможуть підтримувати безпечне середовище не тільки для себе, а й для клієнтів та власних активів.

Поняття соціальної інженерії було введено Кевіном Митником і досить часто згадується в ряді статей та доповідей з тематики безпеки мереж та інформації. Статистика демонструє, що велика кількість людей ставиться до використання власної конфіденційної інформації недостатньо уважно. Для прикладу можна розглянути вибір складності паролів, обставини доступу до онлайн-рахунку в банку; також яскравим прикладом є необережність при вході в соціальні мережі.

Поняття паролю і таємного (секретного) запитання здається тривіальним для більшості користувачів, хоча недооцінювати їх значення не можна.

13 серпня 2024 року корпорація Microsoft оголосила про закриття 90 вразливостей, які могли становити загрозу для мільйонів користувачів по всьому світу. Згідно з інформацією від The Hacker News, одна з вразливостей, а саме CVE-2024-38213 (CVSS score: 6.5) – Windows Mark of the Web Security Feature Bypass Vulnerability була пов'язана саме з соціальною інженерією. Зловмисники, експлуатуючи дану вразливість, переконували користувачів відкрити шкідливий файл, що призводив до зараження операційної системи.

Здійснювана представниками України міжнародна інформаційна діяльність регулюється системою вітчизняних законів та підзаконних актів, зокрема ст. 50 Закону України «Про інформацію». Щодо експорту та імпорту інформаційної продукції та послуг, то у ст. 52 щойно згаданого закону зазначене пряме посилання на законодавчі акти України про зовнішньоекономічну діяльність.

Відповідно до ст. 14 Закону України «Про інформацію» прийнято розрізняти такі **види інформаційної діяльності**:

- одержання;
 - використання;
 - зберігання;
 - поширення;
- окрім того,
- вилучення з обігу даних та їх «консервування» або знищення;
 - вирішення програмно-методологічних завдань.

Відповідно до ст. 13 Закону України «Про інформацію» прийнято розрізняти такі **напрями інформаційної діяльності**, як соціальний, політичний, економічний, науково-технічний, екологічний, освітній (духовний), міжнародний абощо.

З огляду на міжнародні відносини та взаємодію функціональними завданнями інформаційної діяльності, окрім іншого, є

- інформаційний супровід офіційних і неофіційних візитів делегацій, державних службовців, уповноважених представників держави, її органів, а також представників громадянського суспільства, сфер науки, культури, церкви тощо;
- інформаційно-роз'яснювальна робота у країні перебування;
- робота над іміджем держави, її інститутів, представників громадського суспільства тощо;
- формування туристично, економічно тощо привабливого образу країни.

Під **зовнішньополітичними комунікативними технологіями (ЗКТ)** прийнято розуміти упорядкований процес обміну інформаційними потоками на міжнародному рівні, сполучений з просуванням інтересів суб'єкта світової політики та міжнародних відносин (МВ та СП), а також із моделюванням його іміджу на міжнародній арені. По-суті, ЗКТ є своєрідними зразками зв'язків з громадськістю або PR.

Види ЗКТ: публічний, іміджевий, віртуальної дипломатії, медійний, державного брендингу.

Іміджева дипломатія – форма сукупної активності державних і недержавних установ від імені держави, а також транснаціональних корпорацій, світових

організацій, наприклад, церков, спрямованої на підтримання та корекцію за посередництва засобів масової комунікації іміджу суб'єкта МВ та СП, а також його репрезентантів, а якщо мова йде про державу, то й суспільства, національної культури та традицій абоощо, разом з тим формування лояльності на міжнародній арені до суб'єкта, в іншому випадку – до певної теорії, проекту світоустрою тощо.

Медійна дипломатія або електронна чи цифрова (англ. digital diplomacy, e-diplomacy) – різновид міжнародної, а щодо держави, то зовнішньої політичної діяльності, завданням якого є відчутний цілеспрямований вплив на громадську думку конкретних спільнот або колективну думку конкретних організацій чи об'єднань завдяки залученню насамперед засобів масової комунікації (ЗМК).

Публічна дипломатія – вид ЗКТ, що, як правило, спирається на імідж індивідуальних чи колективних іменитих суб'єктів у сфері науки, культури, мистецтва тощо, задля цілеспрямованого налагодження каналів комунікації і донесення до тієї чи іншої зарубіжної громадськості та/або спільноти загалом позитивної інформації про спільноту/державу власного походження. У кінцевому результаті публічна дипломатія спрямована на формування і підтримання привабливого насамперед ірраціонального образу країни у зарубіжних спільнот, наприклад, як туристичного об'єкта абоощо.

Віртуальна дипломатія – один з найновіших видів ЗКТ, що спирається на зростаючу роль і значимість в існуванні людини та спільноти глобальних інформаційно-комунікаційних мереж і технологій, задля провадження суб'єктом МВ та СП «м'якого ідеологічного впливу» на суб'єктів свого інтересу, тобто світову громадськість загалом чи конкретні спільноти або групи людей чи об'єднання за певними інтересами абоощо. Віртуальна дипломатія за свою основу має мережеву політику, прикладами якої є NOO Politic, Media politic, Real Politic, Kiber Politic тощо.

Державний (національний) брендинг – різновид міжнародної інформаційної активності, сполучений із залежно від ситуації формуванням, поширенням, оновленням, трансформацією узагальненого сприйняття та ставлення до країни/держави тієї чи іншої спільноти. Згадане ставлення опосередковується через репутацію та/або бренд (англ. brand – клеймо) країни/держави – ірраціональна основа ідентифікації, що поєднує у собі уявлення, враження та асоціації стосовно країни/держави, її народу та представників. Носіями бренду країни/держави є її атрибути, зокрема прапор, герб, гімн, а також перші особи.

Чинники, що впливають на імідж країни/держави:

- історичне минуле (основа національної ідентичності);
- економічний потенціал;
- військово-політичний потенціал;
- розташування, природні ресурси та кліматичні умови;
- ірраціональні характеристики: цінності, традиції, так звана, духовна культура, менталітет тощо.

Окремим рядком щодо згаданих чинників йдуть різного роду **рейтинги**, до яких відносять країну/державу та її окремі інститути або константи чи характеристики, тобто **порівняльні оціночні твердження та статистичні дані**.

Серед найважливіших **індексів**, які впливають на формування іміджу тієї чи іншої держави, прийнято виокремлювати:

- індекс глобальної конкурентоспроможності (один з найбільш відомих світових індексів, який щорічно складається Всесвітнім економічним форумом у Давосі (Швейцарія));
- індекс сприйняття корупції (ІСК) (щорічно розраховується міжнародною організацією Transparency International);
- індекс електронної участі громадян (оцінює якість та корисність інформації та послуг, які за допомогою сучасних інформаційно-комунікаційних технологій уряд надає громадянам з метою залучення до прийняття управлінських рішень);
- індекс готовності до електронного урядування (e-Government Readiness Index) (відображає рівень та особливості доступу до електронного уряду, головним чином технічну інфраструктуру й освітній рівень, щоб передати, наскільки ефективно країна використовує можливості ІКТ для національного, економічного, соціального і культурного розвитку);
- індекс економічної свободи (The Index of Economic Freedom) (показник, який щорічно з 1995 року розраховується Wall Street Journal і Heritage Foundation для вимірювання рівня економічної свободи)

Серед факторів, що ускладнюють набуття позитивного результату від міжнародної інформаційної активності чільне місце належить (соціальним) стереотипам.

Стереотип – поширене у середовищі спільноти (закореніле) упереджене уявлення про той чи інший суб'єкт, у даному випадку країну/державу. По-суті, стереотип є спрощеним (декоративним) та відносно стійким образом, що формується і підтримується в умовах дефіциту належної якості інформації, як результат узагальнення наявних у розпорядженні суб'єкта «шматків» інформації з накладанням на елементи особистого досвіду та на тенденції світовідворення, притаманні тому чи іншому кластеру спільноти.

На поточний момент суб'єкти міжнародних відносин вдаються до таких офіційних посередників взаємодії:

- спеціальні дипломатичні місії;
- постійні дипломатичні представництва;
- міжнародні конференції;
- міжнародні організації.

Використана та актуальна література

1. Вербицька В.В. (2016). Віртуальна дипломатія: аналіз структури цільових аудиторій / В.В. Вербицька // Грані № 4. - С. 143-148
2. Вступ до інформаційної культури та інформаційного права (2003) / Цимбалюк В.С., Брижко В.М., Калюжний Р.А., Швець М.Я. та ін. – К.: ІВА. – 240 с.
3. Капінус О. (2008). Міжнародні організації у системі сучасних інформаційних відносин / Оксана Капінус // Вісник Львів. ун-ту. Серія Міжнародні відносини. – Вип.25. – С.351-358.
4. Кривошеїн В.В. (2013). Загальнотеоретичні засади державного брендингу / В. В. Кривошеїн // ГРАНІ. Соціологія. – № 12 (104). – С. 6-12.
5. Кудрявцева С.П. (2005). Міжнародна інформація: Навчальний посібник / Кудрявцева С.П., Колос В.В. // К.: Видавничий Дім «Слово». – 400 с.

6. Кулік С. “Електронна дипломатія. Початок” [Електронний ресурс] / С.Кулік // Режим доступу: <http://www.ifap.ru/library/book532.pdf>.
7. Макаренко Є.А. (2010). Віртуальна дипломатія. Підручник / Макаренко Є.А., Піпченко Н.О. – К.: Центр вільної преси. – 302 с.
8. Мінаєва В.О. (2007). Система CRM як новітня технологія зв'язків з громадськістю: перспективи впровадження в державному управлінні України [Електронний ресурс] / В.О. Мінаєва // Державне управління теорія та практика. – № 1. – Режим доступу: <http://www.nbu.gov.ua/e-journals/Dutp/2007-1/>
9. Нечет О.С. (2013). Розвиток віртуальної дипломатії в Україні / О.С. Нечет // Інформаційне забезпечення транскордонного співробітництва України.– Луцьк : СНУ імені Лесі Українки. – С. 82-85.
10. Bourdieu Pierre. On Television. New Press, 1999.
11. Castells Manuel. The Rise of the Network Society. Wiley-Blackwell, 2010.
12. Chomsky Noam. Manufacturing Consent. Pantheon Books, 1988.
13. Grech O. (2006). Virtual Diplomacy. Diplomacy of the Digital Age. – University of Malta. – P. 37. – Available from: <http://uscpublicdiplomacy.org/pdfs/Grech.pdf>.
14. Toffler Alvin. Powershift: Knowledge, Wealth and Violence at the Edge of the 21st Century. Bantam Books, 1990.

Питання для актуалізації

1. Розкрийте суть міжнародної інформаційної діяльності, охарактеризуйте її види та її основні напрями.
2. Розкрийте особливості інформаційної діяльності світових та регіональних міжнародних організацій.
3. Розкрийте мету та функції міжнародної інформаційної діяльності.
4. Розкрийте функціональне навантаження та особливості діяльності прес-служб зовнішньополітичних відомств.
5. Наведіть відомі вам приклади інформаційних кампаній зовнішньополітичних відомств країн світу та дайте їм оцінку.
6. Перерахуйте технології іміджевої дипломатії, які вам відомі, вкажіть їх особливості.
7. Розкрийте суть іміджевих стратегій суб'єктів міжнародних відносин та світової політики, у т.ч. зовнішньополітичних відомств.
8. Розкрийте особливості засобів створення та підтримання позитивного іміджу суб'єктів міжнародних відносин та світової політики, зокрема країн та держав.
9. Опишіть шляхи та/або напрями формування іміджу суб'єктів міжнародних відносин та світової політики.
10. Розкрийте суть феномену державного бренду, охарактеризуйте його складові.
11. Дайте характеристику феноменам «маніпулювання» та «маніпулювання відомостями», опишіть, у якій сфері діяльності сучасної людини було вперше впроваджено маніпулювання відомостями.
12. Розкрийте суть маніпулювання як домінуючого способу оперування відомостями і водночас взаємодії між членами спільноти.
13. Дайте характеристику технології управління «прикладними» технологіями як інформаційній мегатехнології.

14. Проаналізуйте потенціал всесвітньої мережі Інтернет на предмет можливості здійснення актів маніпуляції відомостями задля впливу на тих чи інших рецептивних суб'єктів міжнародних відносин і світової політики.
15. Розкрийте суть таргетингу, його сильні і слабкі сторони щодо ефективного маніпулювання увагою та досягнення намічених цілей.
16. Розкрийте суть та функціональне навантаження PR (зв'язків з громадськістю), охарактеризуйте його дві складові. у сучасному суспільстві.
17. Опишіть особливості зв'язків між PR (зв'язків з громадськістю) та маркетингом і брендінгом.
18. Дайте характеристику базовим цілям та переслідуваним вигодам у сфері PR-діяльності.
19. Проаналізуйте спільне та відмінне між PR та пропагандою.

Питання до семінарського заняття

Мета. Усвідомлювати: себе, інших та організації і установи суб'єктом та об'єктом маніпуляцій, у т.ч. інформаційного ґатунку

Мати структуроване уявлення про: природу причини, відповідно до якої можливі вплив, маніпулювання, навіювання тощо, методи впливу та їх особливості, ймовірні наслідки та побічні ефекти; таргетинг, механізми формування цільової групи, оцінки її очікувань та ємності запиту.

Оперувати: техніками адресного донесення певного ґатунку відомостей, виділення цільових груп та аналізу їх характеристик і особливостей

1. Охарактеризуйте соціальну інженерію як механізм системного моделювання індивідуальної та масової поведінки.
2. Перерахуйте технології іміджевої дипломатії, які вам відомі, вкажіть їх особливості.
3. Поміркуйте над тим, чи можливий сучасний світ та/або існування людини і людства без феномену «маніпулювання», і якщо так, то за яких умов та обставин, а якщо ні, то чому.
4. Поміркуйте над тим, що стало пусковим механізмом та/або тригером системного застосування технік маніпуляції і у якій зі сфер діяльності сучасної людини було вперше використано (впроваджено) системне маніпулювання.
5. Розкрийте, яким чином між собою сполучені маніпулювання, свідомість та увага, попередньо визначившись зі змістовним наповненням згаданих понять.
6. Розкрийте підґрунтя маніпулювання відомостями, зокрема суть «гри слів» та «інтерпретації».
7. Поміркуйте над тим, чи слід вважати маніпулювання увагою (свідомістю) своєрідним насиллям над особою чи іншим суб'єктом.
8. Поміркуйте над тим, що може представляти собою маніпулювання первинною, тобто не опосередкованою контекстом, інформацією та як таке маніпулювання реалізується.
9. Розкрийте відмінності між грубим та делікатним способами маніпулювання відомостями.

10. Розкрийте суть делікатного маніпулювання відомостями з огляду на властивості реципієнта, що уможливають відповідне маніпулювання.
11. Поміркуйте над тим, які умови та обставини (якості та/або властивості людини) зумовлюють цільову спрямованість рекламної, пропагандистської, абощо активності, у т.ч. у розрізі таргетингу,
12. Розкрийте сильні і слабкі сторони цільової реклами (таргетингу) у розрізі маніпулювання увагою та досягнення намічених цілей.
13. Поміркуйте над перевагами та слабкими сторонами методів та засобів маніпулювання відомостями, до яких найчастіше вдаються ЗМІ, оператори соціальних мереж.
14. Розкрийте функціональне навантаження пропаганди та PR як інструментів маніпулювання відомостями на рівні громадської думки.
15. Розкрийте функціональне навантаження псевдоподій з огляду на маніпулювання громадською думкою.
16. Розкрийте функціональне навантаження таких методів маніпуляції як «емоційне підлаштування» та фасцинація, їх переваги та слабкі місця. Приведіть приклади ефективного оперування згаданими методами.
17. Поміркуйте над тим чи імідж держави та країни є одним і тим же чи відмінними феноменами з усіма наслідками, що витікають з того.

Тема 12. Інформаційна війна: природа, причини, технології і засоби

Про інформаційну війну » (англ. information warfare) як феномен сучасного світу системно заговорили в останню четверть ХХ століття з огляду на стрімке нарощування потенціалу інформації як «зброї масового ураження», оскільки з розвитком інформаційних технологій та відповідної техніки і засобів ситуація людини та людства загалом помітно змінилася у бік практично одномоментної масової досяжності представників спільноти і, як наслідок, вразливості щодо цілеспрямованого інформаційного тиску і маніпулювання. Під ідею інформаційної війни також ув'язують технології маніпулювання увагою, які чомусь позначають як маніпулювання свідомістю. Відтак інформаційна війна не є якимось ординарним явищем, а радше комбінаторним вже хоча б тому, що можна виділити як мінімум три стани інформації: глибинну, відомості (соціально значиму або опосередковану контекстом) та цифрову (опосередковану кодом) і електронну (опосередковану імпульсом), а отже й три напрями оперування інформацією: глибинною, відомостями, цифровою або електронною, які спирають на неодмінно різні набори засобів і методів.

До якоїсь міри прототипом інформаційної війни доцільно вважати психологічну війну (англ. psychological warfare (PSYWAR)) – сукупність різних форм, методів і засобів впливу на людину як носія інтегрованих сфер докладання тиску, зокрема психіки та/або на певну спільноту з метою спонукати чи змусити суб'єкта (представників спільноти) діяти у вигідному для оператора ракурсі: від повної втрати дієздатності, – тотальний розпач, паніка, – до виконання нерerefлексованих самим виконавцем команд (наказів), – стан глибокої сугестії. З позицій примітивного розцінювання проявів психологічної війни вважається, що її наслідком є «зміна у бажаному руслі чи ракурсі психологічних характеристик, зокрема під такими пропонується розуміти погляди, думки, ціннісні орієнтації (?) [орієнтири], настрої, установки, мотиви, стереотипи поведінки, а також групові норми, масові настрої суспільної свідомості в цілому» (сумнозвісна Вікіпедія).

Наріжним каменем щодо констатації факту «втягнутості» має у вир невинної інформаційної війни стали соціальні мережі і їх базис – загальнодоступна світова павутина (англ. World Wide Web). Відповідно явище інформаційної війни послідовно розглядати щонайменше з двох ракурсів. По-перше, з позицій фундаментального підходу або у світлі функціоналізму **інформаційна війна** розглядається як *атрибут сучасного буття людини, а з іншого боку – сучасної інформаційної сфери та водночас комунікативного середовища: людина, точніше її свідомість опосередковано через увагу перебуває у стані перманентної інформаційної агресії щодо неї, – як правило, прихованого або надто рідко відвертого «насаджування» ідей, уявлень, а далі переконань як пускового механізму і базису для активності, бажаної та/або вигідної для оператора на відміну від суб'єкта активності, який, по-суті, використовується оператором у своїх цілях у кращому випадку як інструмент чи засіб. По-друге, з позицій практичного підходу та соціального управління **інформаційна війна** розглядається як *елемент системної взаємодії чи спосіб докладання зусиль і ресурсів конфліктуючими сторонами у процесі їх протистояння та/або третьою**

стороною, яка переслідує, найчастіше приховано, свої цілі, уникаючи відвертого та/або відкритого протистояння з будь-якою, втягнутою безпосередньо у конфлікт, стороною. У даному випадку інформаційна війна насамперед ув'язується з геополітичною або іншого роду, зокрема, соціо-економічною конкуренцією чи протистоянням.

Прийнято вважати, що вперше впритул до осмислення ідеї інформаційної війни як феномену сучасного світу підійшли фахівці у сфері мілітарної аналітики, будучи репрезентантами США – країни-розробника інтернету насамперед для військових цілей, які в 90-х роках минулого століття дійшли думки, що інформація може виявитися тим атрибутом буття сучасної людини, який відкриває широкий спектр можливостей для впливу на опонента чи ворога. Безпосередньо концептуальне оформлення ідеї інформаційної війни пов'язано з дослідницькою активністю аналітика корпорації Boeing, автора роботи «Weapon Systems and Information War», яка побачила світ у 1976 році, Томаса Рона (Thomas Rona). Саме він системно просував у широкий обіг концепцію «information warfare» попри те, що базовий або знаковий елемент інформаційної війни, а саме кібервійна ще не сформувався. А вже на початку 1990-х років Пентагон, а слідом за ним і інші військові структури США офіційно ввели поняття Information Warfare до своїх доктрин. Разом з тим у 1993 році американський військовий теоретик Джон Арквілла (John Arquilla) разом з Девідом Ронфельдтом (David Ronfeldt) опублікували дослідження під загальною назвою «Кібервійна – реальність» (Cyberwar is Coming!) для RAND Corporation, висвітливши ключові моменти інформаційної війни та її роль у майбутніх конфліктах насамперед з огляду на стрімкий розвиток кібернетики та обчислювальної техніки.

Якщо звернутися до середньозваженого відображення суті інформаційної війни, яке продукує знеособлений інтелект (ШІ⁴, точніше ЗІ), то остання подається як «цілеспрямоване використання інформації та інформаційних технологій для впливу на громадську думку, свідомість, поведінку людей, а також на державні інститути, збройні сили, економіку тощо. Її основна мета – досягти переваги над супротивником, не обов'язково шляхом фізичного знищення, а шляхом маніпуляції, дезінформації, пропаганди, психологічного впливу» або ж як «форма конфлікту, в якій основним інструментом впливу є інформація, а полем битви – суспільна свідомість, медіа-простір, інтернет та інші канали комунікації». Таке визначення з практичної точки зору є позірним або пустим, оскільки попри те, що ніби то розкриває суть феномену, однак не дає жодних підстав для результативної активності, бо подає хибні відсилання. У такому разі покладання на знеособлений інтелект у питаннях встановлення суті чого б то було є своєрідним свідченням того, що сучасник, а отже і сучасне людство вже вкотре

⁴ Інтелект – механізм та/або потенція розуму виявляти та/або встановлювати зв'язки. Розум є універсальним явищем, який набирає рис існування на рівні суб'єкта, однак жодному з них не належить персонально. У такому разі інтелект теж не може бути ані персоналізованим, ані штучним. Водночас інтелект виступає як характеристика індивіда в частині його, індивіда, спроможності оперувати інтелектом. У такому разі сукупність програм, які дозволяють сформувати середньостатистичне відображення предмету цікавості на основі аналізу доступних індивідуальних відображень того ж таки предмету цікавості є сукупністю програм, а не штучним інтелектом. З позицій же персоналізованої розподільчої здатності розуму встановлювати зв'язки мова може йти про знеособлений інтелект як результат такого собі середньостатистичного рівня розподільчої здатності мисленнєвої діяльності представників людства (спільноти).

стало жертвою інформаційної війни, внаслідок чого він/воно переорієнтувалися з дійсно фахової думки на середньостатистичну знеособлену як авторитетну.

Зрештою сучасні інформаційні війни переважно розглядаються попри односторонність і функціональну примітивність визначення як «систематичне, цілеспрямоване використання інформації як інструменту впливу на суспільство з метою досягнення політичних, військових, економічних або ідеологічних цілей. Їх головною метою є не фізичне знищення ворога, а вплив на його свідомість, мораль, здатність до організованого опору, зниження довіри до інституцій, посилення внутрішніх конфліктів і розколу в суспільстві» (ЗІ). Відповідно в обраному ракурсі трактування інформаційної війни видається слушним твердження про те, що на відміну від класичної війни, середовищем розгортання протистояння є не стільки, точніше, не безпосередньо територія, точніше локальний фізичний простір, скільки інформаційний простір. Водночас базовими «засобами» ведення інформаційної війни визнаються дезінформація, недоброякісне оперування відомостями, зокрема поширення фейків та фальсифікованих даних, підміна понять, у т.ч. маніпуляція відомостями, у іншому випадку – цифровими та електронними сигналами – носіями відомостей, а також інформаційне перевантаження, у т.ч. завдяки формуванню атмосфери щільного інформаційного шуму. Особливі місце і роль відводяться пропаганді.

У розрізі сумарного уявлення, притаманного спільноті і репрезентованого за посередництва масово доступних джерел та ЗІ, **інформаційна війна** ідентифікується як цілеспрямоване використання інформації у різних її станах, насамперед відомостей, електронної і цифрової інформації та інформаційних технологій задля впливу на громадську думку, світоглядні установки та мотиваційну сферу, поведінку людей, а з іншого боку на державні інститути, збройні сили, економіку тощо за посередництва маніпуляції, дезінформації, пропаганди, психологічного впливу, абощо з метою досягти стійкої переваги над супротивником, як правило, оминаючи суттєвих руйнувань та завдання фізичної шкоди населенню аж до знищення.

До найпоширеніших цілей, котрі, як правило, переслідуються операторами (ініціаторами, суб'єктами) інформаційної війни прийнято зараховувати такі:

- підрив довіри до рецептивного суб'єкта інформаційної агресії, нівелювання позитивної складової та спотворення його іміджу, підрив престижу, абощо;
- дестабілізація функціонування соціально-політичних та економічних інститутів і установ, а також спільноти загалом, у т.ч. завдяки спотворенню комунікативних процесів і каналів, створенню і поглибленню непорозуміння та плутанини;
- нагнітання емоційної атмосфери, просування деструктивних наративів, поширення панічних настроїв тощо;
- провокування соціальних потрясінь, зокрема заворушень завдяки розхитуванню довіри та/або лояльності до інститутів і установ, соціально-політичних лідерів, актуалізації невдоволень тощо;
- підрив усталених зв'язків і відносин з метою провокування управлінського та логістичного хаосу;
- блокування або спотворення циркуляції інформаційних потоків;

- ізоляція рецептивного суб'єкта інформаційної агресії, піддання його остракізму на світовій арені;
- культивування та/або прищеплення заданих світоглядних установок та орієнтирів, ієрархії цінностей, моделей реакцій та ставлень до тих чи інших об'єктів уваги.

Інформаційна війна тягне за собою суттєві або й радикальні наслідки. Зокрема йдеться про:

- перегрупування соціальних кластерів з прицілом на посередність або виродження;
- дестабілізацію соціально-політичної ситуації з прицілом на встановлення оператором контролю над рецептивним суб'єктом, у т.ч. його ресурсами;
- руйнування економічного та виробничого потенціалів з прицілом на «зачистку» простору для просування тих чи інших проектів;
- підрив колективного (етнічної, національної) та індивідуального зрізів ідентичності з прицілом «перепрограмування» під задані параметри.

Показовим щодо інформаційної війни як факт відсутності усвідомлення поголовною більшістю індивідів своєї ситуації як рецептивного суб'єкта, стосовного якого ведеться перманентна інформаційна агресія. Останнє означає, що людство, якщо й має у своєму розпорядженні ефективні засоби протидії інформаційній агресії, то вони щонайменше втратили свою актуальність, а отже й дієвість. А те, що подається як засіб протидії інформаційній агресії, насправді носить декларативний або демонстративний характер: так собі стратегія без тактики – вказано, що треба зробити, але нічого про те, як це можливо зробити. Тому заклики до поглиблення медіаграмотності, систематичного звіряння відомостей з автентичністю їх джерела, підтримання так званої інформаційної гігієни, а розвиток критичного мислення є радше маніфестом для сліпих і глухих, себто фактично неспроможних, ані сприйняти, ані, тим більше, належним чином діяти. Що ж до ролі і місця такого інституту як держава у питанні підтримання і адаптації політики безпеки в інформаційному просторі, то вона радше стосується контролю над електронною і цифровою інформацією.

Зрештою в сучасних умовах так званих гібридних загроз дедалі очевиднішим стає факт того, що інтегрована, себто на рівні кібербезпеки, безпеки інформаційного простору і, як би те дивно звучало, безпеки ідентичності або екзитенційної безпеки, інформаційна безпека виявляється не менш важливою, аніж мілітарна чи економічна.

До найпоширеніших засобів та інструментів вчинення інформаційної агресії та провадження інформаційної війни без послідовного розрізнення станів інформації прийнято зараховувати такі:

- пропаганда, а також реклама та PR як ефективні інструменти нав'язування індивідам і водночас просування у маси певних вірувань, світоглядних установок, стереотипів, переконань тощо;
- дезінформація, також фейкові (сфабриковані) відомості як засіб цілеспрямованого формування певного бачення ситуації, стану, процесів тощо рецептивним суб'єктом, що приймає рішення або має здатність чинити тиск на прийняття рішення;

- маніпуляція фактами як засіб формування бажаних асоціативних рядів у рецептивного суб'єкту внаслідок оперування фактами та версіями і, як наслідок, стимулювання прояву відповідних ірраціональних пускових факторів активності: як правило, розчарування, тривоги, страху, недовіри тощо;
- оперування контентом відомосних джерел та соціальних мереж як засіб цілеспрямованого розповсюдження потрібних наративів за посередництва ботів, тролів та анонімних каналів;
- оперування інформаційним вмістом месенджерів, акаунтів, приватних сторінок у соціальних мережах як засіб несанкціонованого збору, спотворення, приховування чи знищення відомостей з метою вчинення різного роду тиску на суб'єкта приналежності за посередництва шантажу, абощо;
- психологічні операції (PSYOPS) як засіб надання вектору активності, визначення області значимості процесів, подій, фактів за посередництва технік тиску на психіку рецептивного суб'єкта, зокрема шляхом підриву морального стану, породження напруги та/або паніки тощо;
- кібероперації низка засобів втручання в потік цифрової та електронної інформації, маніпулювання нею на рівні інформаційних ресурсів та баз даних задля несанкціонованого набуття, пошкодження чи знищення конфіденційних чи таємних відомостей, поширення сфабрикованих та/або резонансних відомостей, виведення з ладу інформаційних систем тощо;
- маніпулювання настройми та налаштуваннями мас на рівні позасвідомого за посередництва психотропних засобів, зокрема випромінювачів ультра- і інфразвуків, електро-магнітних коливань цілеспрямованої дії, абощо.

Кібервійна стала одним з найбільш важливих і універсальних інструментів сучасної війни, що дозволяє державам і недержавним суб'єктам вести інформаційну війну і досягати стратегічних цілей без потреби в звичайних військових діях. Вона передбачає використання цифрових технологій та інтернету для атаки або захисту систем, порушення роботи служб, викрадення інформації або впливу на громадську думку. Як складова інформаційної війни, кібервійна використовує технологічні досягнення для маніпулювання або контролю інформації, зриву операцій противника і навіть впливу на політичні і соціальні результати. Розвиток кібервійни змінив глобальну безпеку, створивши нові виклики і можливості у сфері конфліктів.

По суті, **психологічна війна** це систематичне використання інформації, емоційних наративів, символів, маніпуляцій та впливу на психіку людей задля того щоб зламати їхню волю до опору, викликати паніку, звичну на сьогоднішній день дезорієнтацію, сумніви у власних переконаннях, чи навпаки, створити надмірну впевненість, агресію або покору. Усе це реалізується через засоби масової інформації як загалом, соціальні мережі, чутки, фейки, вибірккову подачу правди, візуальні та аудіальні стимули, меми, лозунги тощо. У психологічній війні ключовими цілями насамперед є не війська чи техніка, а саємоції, свідомість, ідентичність, пам'ять та колективне уявлення про реальність. Люди можуть почати сумніватися в істині, в моральності своєї держави, в доцільності спротиву. Або через емоційне нагнітання їх спонукають до дій, які вигідні противнику, тобто навпаки

Цей тип війни більше базується на глибокому розумінні людської психології, слабкостей, страхів, архетипів та соціальної динаміки. Наприклад, нав'язування образу всемогутнього ворога, підриг довіри до власного керівництва, формування уявлення про зраду у єдині регіону, усе це є класичними техніками психологічного впливу. А якщо наголошувати на тому, що у контексті гібридних конфліктів, особливо у XXI столітті, психологічна війна стала центральним елементом інформаційної стратегії, то можемо впевнено сказати, що вона не лише супроводжує збройні дії, а часто їх випереджає або навіть замінює. Вона дозволяє досягати цілей латентно, без очевидної агресії, що ускладнює юридичну чи політичну відповідь.

Термін «**інформаційна грамотність**» іноді помилково поєднується з «бібліотечною інструкцією», але його значення дійсно набагато ширше. Інформаційна грамотність – це колективні зусилля бібліотекарів, медіафахівців, технологів та педагогів у всьому освітньому спектрі. Вона включає в себе елементи медіаграмотності, цифрової грамотності, інформаційної грамотності та критичного мислення. Разом, інформаційна грамотність - це інтегрований набір навичок, знань, практик та диспозицій, який готує студентів до відкриття, інтерпретації та створення інформації етично, отримуючи при цьому критичне розуміння того, як інформаційні системи взаємодіють для виробництва та розповсюдження новин, інформації та знання.

Використана та актуальна література

1. Викстра Стефані. (2018). Чи можна коли-небудь видалити расові упередження з алгоритмів кримінального правосуддя? Тихоокеанський стандарт, <https://psmag.com/соціальна-справедливість/видалення-расово-упередження-з-алгоритму>
2. Вуд Моллі. Брокери даних займаються продажем вашої інформації в Інтернеті. Marketplace, www.marketplace.org/2019/03/07/коли-це-приходить-до-нав'язливого-збору-даних-facebook-might-be-найменшим-з-наших-проблем-даних-брокерів/ (7 березня 2019)
3. Гартон Еш Тімоті. (2016). Вільна мова: десять принципів для пов'язаного світу, Преса Єльського університету.
4. Грей Мері Сурі Сіддхарт. (2019). Робота з привидами: Як зупинити Силіконову долину від побудови нового глобального підкласу, Хоутон Міффлін Харкорт.
5. Зубофф Шошана. (2019). Епоха капіталізму спостереження: боротьба за людське майбутнє на новому кордоні влади, PublicAffairs.
6. Інформаційна безпека [Електронний ресурс]. – Режим доступу : https://pidruchniki.com/1212012436972/politologiya/informatsiyna_viyna_forma_vedennya_informatsiynogo_protiborstva
7. Кітін Роб. (2014). Великі дані, нові епістемології та зміни парадигми. Big Data & Society 1 (1), 1-12, DOI: <https://doi.org/10.1177/2053951714528481>
8. Клімбург А. (2017). Темна мережа: війна за кіберпростір. Пінгвін.
9. Корніш П. (2018). Вплив інформаційної війни на міжнародні відносини: кібервійна, соціальні медіа та демократія. Routledge.

10. Ллойд Аннемарі. (2019). Переслідування монстра Франкенштейна: інформаційна грамотність у суспільстві чорного ящика», Журнал документації 75 (6), 1475-1485.
11. Марвік Еліс. (2013). Оновлення статусу: Знаменитості, реклама та брендинг в епоху соціальних медіа, Yale University Press.
12. Померанцев Пітер. (2020). Це не пропаганда: Подорож на війну проти реальності. Переклад з англійської: О. Форостина. Київ: Yakaboo Publishing, 2020. 288 с.
13. Померанцев Пітер. (2015). Нічого правдивого й усе можливе. Переклад з англійської: Андрій Бондар. Львів: УКУ, 2015. 240 с. ISBN 978-966-2778-40-3
14. Рід Т. (2013). Кібервійни не буде. Oxford University Press.
15. Руха Бенджамін. (2019). Гонка за технологією: інструменти аболіціоніста для нового коду Джима, Уайлі.
16. Самуель Сігал. (2019). Нове дослідження виявляє потенційний ризик для самохідних автомобілів: неможливість виявити темношкірих пішоходів. Vox, <https://www.vox.com/future-perfect/2...icle-dark-skin>
17. Стівенсон Олександра (2018). Facebook визнає, що він був використаний для розпалювання насильства в М'янмі. New York Times.
18. Тернер Фред. (2010). Від контркультури до кіберкультури: Стюарт Бранд, мережа всієї Землі та зростання цифрового утопізму, Університет Чикаго Преса
19. Хао Карен. (2019). Ось як насправді відбувається упередження AI - і чому це так важко виправити. Огляд технології MIT, www.technologyreview.com/s/612876/this-is-how-ai-bias-realy-happensand-wy-its-to-hard-to-fix/
20. Хікс Марі (2017). Запрограмована нерівність: Як Британія відкинула жінок-технологів і втратила перевагу в обчислювальній техніці, MIT Press.
21. Шнайер Б. (2015). Дані та Голіаф: приховані битви за збір ваших даних і контроль над світом. WW Norton & Company.
22. Шнайер Брюс. (2015). Дані та Голіаф: Приховані битви за збір ваших даних та контроль над своїм світом, Нортон.
23. Boeing Aerospace Company. Seattle, Washington. – July 1976. – URL : https://www.esd.whs.mil/Portals/54/Documents/FOID/Reading%20Room/Science_and_Technology/09-F-0070-Weapon-Systems-and-Information-War.pdf
24. Pomerantsev Peter. (2024). How to Win an Information War: The Propagandist Who Outwitted Hitler
25. Pomerantsev Peter. (2020). This Is Not Propaganda: Adventures in the War Against Reality
26. Pomerantsev Peter. (2014). Nothing Is True and Everything Is Possible: The Surreal Heart of the New Russia, 2014, ISBN 978-1-61039-455-0
27. Rid Thomas . (2012). Cyber War Will Not Take Place // Journal of Strategic Studies, 35:1, 5-32. - URL : <https://csl.armywarcollege.edu/SLET/mccd/CyberSpacePubs/Cyber%20War%20Will%20Not%20Take%20Place%20by%20Thomas%20Rid.pdf>
28. Rosenbach E. & Singer PW (2018). LikeWar: озброєння соціальних мереж. Хаутон Міффлін Харкорт.

29. Svitych A. Information Wars in the Post-Modern World / [Електронний ресурс]. – URL : <http://isiseurope.wordpress.com/2014/04/10/information-wars-in-the-post-modern-world/>
30. The Journal of Information Warfare / [Електронний ресурс]. – URL: <https://www.jinfowar.com/>

Питання для актуалізації

1. Коли та за яких обставин з'явилося поняття «інформаційної війни», що собою представляє згадане явище?
2. Розкрийте суть стратегічного інформаційного протистояння; вкажіть, хто є його сторонами та яким чином воно підтримується.
3. Опишіть типову мету та можливі завдання інформаційної війни.
4. Дайте характеристику ключовим методам і способам ведення інформаційних війн.
5. Охарактеризуйте ключові методи і способи ведення інформаційних війн.
6. Опишіть історію розвитку технології ведення інформаційної війни.
7. Дайте характеристику психологічній війні як інструменту здійснення інформаційної війни та досягнення певних цілей.
8. Дайте характеристику кібервійні як інструменту здійснення інформаційної війни та досягнення певних цілей.
9. Дайте характеристику мережевій війні як інструменту здійснення інформаційної війни та досягнення певних цілей.
10. Дайте характеристику радіоелектронній боротьбі як інструменту здійснення інформаційної війни та досягнення певних цілей.
11. Дайте характеристику ідеологічній диверсії як інструменту здійснення інформаційної війни та досягнення певних цілей.
12. Дайте характеристику сучасному міжнародному «медіа-», «кібер-» та «психотероризму».
13. Що собою представляє інформаційна зброя, основний принцип її дії та різновиди?
14. Розкрийте суть дезінформації, опишіть способи її продукування та шляхи і методи поширення.
15. Що собою представляє феномен «м'якої сили» у міжнародних відносинах?
16. Опишіть співвідношення так званих м'якої, жорсткої та розумної сил, а також їх наслідків.

Питання до семінарського заняття

Мета. Усвідомлювати: себе, інших та організації і установи (потенційним) суб'єктом та об'єктом інформаційних атак та агресії

Мати структуроване уявлення про: джерела, причину, функціональне навантаження, види, засоби та методи ведення (інформаційної) війни, суть агресії та «м'якої сили» у міжнародних відносинах

Оперувати: навичками аналізу проявів інформаційної агресії та протидії їй.

1. Розкрийте ключові характеристики інформаційної війни, коли і за яких обставин вдавалися до інформаційної війни?

2. Дайте характеристику явищу стратегічного інформаційного протиборства, наведіть приклади вдавання до нього.
3. Розкрийте завдання і мету інформаційних війн на основі конкретних прикладів ведення інформаційної війни.
4. Поміркуйте над тим, чи можливе існування сучасного світу без інформаційних війн та протиборства, і якщо так, то за яких умов, а коли ні, то чому.
5. Поміркуйте над причинністю інформаційної агресії: що і чому спонукає вдаватися до інформаційної війни.
6. Поміркуйте над співвідношенням класичної та інформаційної війни: що з них первинне стосовно іншого, чи можливе одне без іншого тощо.
7. Проаналізуйте, хто або що є або може бути дійсними сторонами інформаційної війни та якою мірою, а також ступенем усвідомлення ситуації.
8. Поміркуйте над тим, які саме суб'єкти можуть вдаватися до та/або зазнавати тиску інформаційної агресії, охарактеризуйте згадані суб'єкти.
9. Опишіть, що насправді представляють собою сучасні інформаційні війни з огляду на методи їх ведення та застосування «зброї».
10. Розкрийте спільне та відмінне між психологічною та інформаційною агресіями і відповідно війнами.
11. Поміркуйте над тим, чи можливо уникнути кібервійн у подальшому поступі людства і, якщо так, то за яких умов, якщо ні то чому.
12. Поміркуйте над тим, чи можливо уникнути мережевих війн у майбутньому і, якщо так, то за яких умов, якщо ні то чому.
13. Проаналізуйте причинність ідеологічних протиборств та диверсій, яким мав би бути світ, аби у ньому не було місця згаданим явищам.
14. Поміркуйте на причинність «медіа-», «кібер-» та «психотероризму», а також чи можливо уникнути згаданих явищ у майбутньому.
15. Поміркуйте над тим, що саме робить інформаційну зброю дієвою, що саме вражається за посередництва згаданої зброї.
16. Проаналізуйте сукупність умов та обставин, наявність яких перетворює дезінформацію у дієвий інструмент чи засіб інформаційної війни.
17. Поміркуйте над тим, що насправді криється за ідеєю «м'якої сили» як інструменту провадження міжнародних відносин.
18. Проаналізуйте слабкі та сильні сторони так званої м'якої сили та її співвідношення із жорстокою силою.
19. Проаналізуйте становище України у розрізі її потенціалу протистояти викликам інформаційної війни, зокрема спроможності захищатися і атакувати.
20. Поміркуйте над тим, чи є ви та якою мірою жертвою інформаційної війни; опишіть наслідки такої війни для вас.
21. Проаналізуйте чи є або були ви рецептивним суб'єктом (об'єктом) психологічної війни або інших способів впливу на вашу психіку, увагу тощо.
22. Проаналізуйте чи оперували ви у своїй активності методами та інструментами психологічного тиску, маніпулювання тощо і, якщо так, то якими та як, якщо ні, то чому.

23. Поміркуйте над тим, чи слід розглядати м'яку силу як засіб протидії інформаційній війні, чи, навпаки, як засіб ведення інформаційної війни і маніпулювання.

Тема 13. Міжнародна, регіональна та національна інформаційна безпека

коли мова заходить про **безпеку**, очевидно, визначення цього явища можна звести до *стану відсутності прямої або опосередкованої, у т.ч прихованої чи замаскованої невідвортної загрози існуванню, реплікації (відтворенню) та функціонуванню суб'єкта*. Останнє, окрім іншого, означає що, по-перше, безпека завжди пов'язана з суб'єктом, який переймається про стан своєї прямої чи опосередкованої безпеки, у іншому випадку безпеки суб'єкта, над яким здійснюється опіка. По-друге, досягнення тотальної безпеки принципово не можливе, оскільки причинність усяких змін і поступу прямо чи опосередковано сполучено з тим, що найчастіше асоціюється з джерелом певної небезпеки. У такому разі продуктивно концентрувати увагу на конкретній ситуативній безпеці, пов'язаній з визначеним суб'єктом, в іншому випадку – на процесуальній безпеці, пов'язаній з певним видом чи родом діяльності.

Зокрема мова може йти про інформаційну безпеку, хоча в даному випадку теж має місце суттєва плутанина з огляду на те, що вперто підтримується тенденція розглядати інформацію як однорідне явище, тоді як мова має йти щонайменше про три відмінні стани чогось, що прийнято ідентифікувати як інформація, а саме про глибинну інформацію, відомості, електронну та/або цифрову інформацію. В такому разі безпека електронної та/або цифрової інформації є чистим процесуальним родом безпеки, яку фахівці в сфері ІТ визначають знову ж таки як інформаційна безпека. Іншим родом процесуальної безпеки у такому разі має бути відомосна безпека, яку теж подають як інформаційну безпеку.

Очевидно, найпоширеніше сумарне трактування інформаційної безпеки в такому разі репрезентує знеособлений інтелект, тобто ШІ: «Інформаційна безпека – це стан захищеності інформації та інформаційних систем від несанкціонованого доступу, використання, розкриття, викривлення або знищення. Вона включає в себе комплекс заходів та процедур, спрямованих на забезпечення конфіденційності, цілісності та доступності інформації».

Вікіпедія, як авторитетне джерело відомостей для упосередненого споживача своєю чергою також подає звужене за своїм змістом і водночас визначення інформаційної безпеки: «Інформаційна безпека – це стан захищеності систем обробки і зберігання даних, при якому забезпечено конфіденційність, доступність і цілісність інформації, використання й розвиток в інтересах громадян або комплекс заходів, спрямованих на забезпечення захищеності інформації особи, суспільства і держави від несанкціонованого доступу, використання, оприлюднення, руйнування, внесення змін, ознайомлення, перевірки запису чи знищення (у цьому значенні частіше використовують термін «захист інформації»)». При цьому трактування інформаційної безпеки безпосередньо ув'язується з такими характеристиками:

- конфіденційність, що передбачає правове врегулювання доступу до визначених джерел інформації та даних;

- цілісність, що передбачає наявність достатніх і необхідних даних щодо предмету оперування, яка у т.ч. гарантується за допомогою правових механізмів, у іншому випадку за допомогою моралі, етики тощо.

- доступність, що передбачає оперування (зберігання та передача) даними у такому вигляді та/або формі, які дозволяють споживачеві повноцінно ними розпорядитися, зокрема без залучення додаткових ресурсів, абощо, якщо тільки останнє непередбачено регулятивними механізмами;

- захищеність, що передбачає убезпечення даних від несанкціонованого втручання, зокрема несанкціонований доступ до інформації; втручання в роботу інформаційних систем; знищення або викривлення інформації; вірусні атаки та шкідливе програмне забезпечення, а також так звана соціальна інженерія, приміром, фішинг, виманювання паролів тощо,

а також такими напрямками підтримання інформаційної безпеки:

- технічний захист, що передбачає використання антивірусного програмного забезпечення, брандмауерів, систем виявлення вторгнень, шифрування даних;

- організаційний захист, що передбачає спеціальну підготовку до роботи з даними персоналу, дотримання спеціалізованої під конкретну ситуацію політик безпеки, а також процедур контролю доступу;

- правовий захист, що передбачає наявність відповідного правового поля, яке врегульовує функціонування інформаційної сфери, зокрема взаємодію операторів, обіг та оперування даними тощо.

- розробка законодавства у безпеки, кримінальна відповідальність за порушення.

Зрештою, виходячи з того, що інформація за своєю природою принципово не є строго визначеним та однорідним явищем, а представляє собою дещо, що функціонує у світі сучасної (цивілізованої) людини відразу у трьох різних станах, тоді як безпека завжди передбачає саме безпеку суб'єкта – персоналізованої чи колективної ідентичності, наділеною здатністю до рефлексії, а отже і мислення, під **інформаційною безпекою** пропонує розуміти *стан системи, за якого забезпечується і підтримується безперебійний потік і обмін інформацією (даними), що не піддається на поточний момент цілеспрямованому втручанням та/або впливу з метою спотворення, несанкціонованого (прихованого) вилучення чи привнесення нових елементів (даних), уповільнення або припинення передачі, а також перенаправлення іншими каналами надходження та/або обміну даними (інформацією).*

Конвенція з кіберзлочинності, також відома як Будапештська конвенція, була підписана 23 листопада 2001 року в місті Будапешт під егідою Ради Європи. Це перший міжнародний договір, спрямований на боротьбу з кіберзлочинністю, який встановлює єдині правові стандарти для криміналізації дій у кіберпросторі, процедури співпраці між державами та механізми правозастосування в умовах цифрової глобалізації. Документ був відкритий для підписання не лише для країн-членів Ради Європи, а й для інших держав світу, що свідчить про його універсальний характер і міжнародну значущість.

Основною метою Конвенції є гармонізація національного кримінального законодавства країн-учасниць у сфері комп'ютерних злочинів, створення ефективних інструментів для розслідування таких правопорушень, а також

забезпечення міжнародної співпраці між правоохоронними органами. Конвенція охоплює широкий спектр кіберзлочинів, включаючи несанкціонований доступ до комп'ютерних систем, перехоплення даних, втручання в системи та їх функціонування, знищення або зміна комп'ютерної інформації, використання комп'ютерних мереж для вчинення шахрайства або розповсюдження дитячої порнографії.

Конвенція також передбачає положення щодо відповідальності інтернет-провайдерів, обов'язок зберігати трафік даних, оперативного доступу до інформації на вимогу правоохоронців та видачі електронних доказів. Однією з найважливіших частин документа є встановлення механізмів транскордонного співробітництва, що дозволяють державам швидко реагувати на кіберзлочини, які мають міжнародний характер. Це надзвичайно актуально в умовах, коли злочинці можуть фізично перебувати в одній країні, тоді як їхні дії завдають шкоди в інших юрисдикціях.

Конвенція також містить важливі гарантії захисту прав людини, зокрема права на приватність, свободу вираження поглядів і захист персональних даних. Країни, що ратифікують документ, повинні забезпечити баланс між ефективним переслідуванням кіберзлочинців і дотриманням основоположних прав громадян.

Таким чином, Конвенція з кіберзлочинності 2001 року є фундаментальним міжнародним правовим документом, який створює основу для глобальної координації у боротьбі з інформаційними правопорушеннями. Її положення залишаються надзвичайно актуальними в умовах стрімкого розвитку цифрових технологій і зростання кількості кіберзагроз.

У сучасному світі верифікація міжнародної інформації – це не просто інструмент журналістики чи розвідки, а необхідна навичка кожної свідомої людини. Уміння критично оцінювати джерела, використовувати цифрові інструменти для перевірки фото, відео та заяв – це запорука захисту від маніпуляцій, пропаганди і фейкових кампаній.

Доктрина превентивної дипломатії – це концепція міжнародної політики, що передбачає запобігання виникненню конфліктів або їхньому загостренню ще на ранній стадії, перш ніж вони переростуть у збройне протистояння. Вона базується на ідеї, що своєчасне дипломатичне втручання, посередництво, переговори чи інші мирні заходи здатні знизити ризики ескалації конфліктів і врятувати людські життя.

Основні принципи превентивної дипломатії:

1. Раннє виявлення загроз – моніторинг політичної, соціальної, економічної ситуації для виявлення потенційних конфліктів.
2. Посередництво і переговори – залучення нейтральних сторін для діалогу між потенційними учасниками конфлікту.
3. Дипломатичний тиск і санкції – мирний тиск на держави чи лідерів для зміни деструктивного курсу.
4. Міжнародна підтримка – участь ООН, регіональних організацій (ОБСЄ, ЄС, Африканський Союз тощо) як гарантів стабільності.
5. Розгортання миротворчих місій – для стримування ескалації та забезпечення моніторингу домовленостей.

Організації, що реалізують превентивну дипломатію:

- ООН – один із головних суб'єктів превентивної дипломатії (особливо через Радбез та Генсекретаря).
- ОБСЄ – має механізми раннього попередження і врегулювання.
- Європейський Союз – здійснює дипломатичні місії, програму стабілізації.
- Регіональні ініціативи – наприклад, посередництво Африканського Союзу чи АСЕАН.

У нашому столітті світова спільнота вступила в добу, коли інформація стала не лише ресурсом, а й ареною глобального протистояння. Міжнародна інформаційна безпека це є не просто сукупністю заходів щодо захисту цифрової інфраструктури, а складною системою взаємозв'язків між державами, технологіями, суспільствами та окремими індивідами. Саме в цьому контексті виникає потреба в створенні прогностичних моделей. Як я вважаю, прогностичні моделі міжнародної інформаційної безпеки ґрунтуються на аналізі історичних трендів, емпіричних даних, розвитку технологій, соціальних змін, а також політичних і культурних конфліктів. Але на глибшому рівні вони є відображенням того, як людство мислить про безпеку, про природу конфлікту та майбутнє порядку. Вони не просто прогнозують, вони скоріше інтерпретують реальність крізь призму певних роздумів. На технічному рівні, ці моделі використовують потужні алгоритми симуляції, аналітику великих даних. Програми навчаються передбачати кібератаки, виявляти інформаційні впливи, моделювати сценарії дестабілізації. Але жодна з них не є ідеально об'єктивною. Кожен алгоритм навчається на вибірці даних, яка вже містить в собі соціальний, культурний і навіть ідеологічний багаж. У такий спосіб майбутнє, яке ми моделюємо, є лише певною інтерпретацією теперішнього, продовженням існуючих структур мислення.

Загалом, сам же вислів про безпеку це завжди питання про довіру, про істину, про межі впливу. Але при цьому сучасний світ пропонує іншу парадигму, саме ту, де істина стала релятивною, а доступ до інформації є хаотичним. Відтак, міжнародна інформаційна безпека стає не просто захистом від фейків чи хакерів, а спробою зберегти орієнтацію в морі нескінченних смислів. А тим самим, прогностичні моделі, намагаються встановити опори в цьому. Вони створюють сценарії, в яких майбутнє або призводить до тотального контролю (антиутопія), або до вільного, але деструктивного інформаційного анархізму. Деякі з них, зокрема ті, що розробляються в середовищі безпекових інституцій, передбачають високий рівень централізації контролю над інформаційними потоками, що ставить під загрозу свободу слова й особисту автономію. Інші ж моделі спираються на децентралізацію, колективну відповідальність, вірячи у потенціал суспільств до саморегуляції, однак ризикують залишити відкритими ворота для хаосу та маніпуляцій.

З іншої точки зору, вся проблема міжнародної інформаційної безпеки, це насамперед проблема онтології правди. Якщо кожен має право на свою версію фактів, якщо інформація стала товаром, якщо її можна підробити, підсилити або викривити — то чи можлива взагалі єдина, об'єктивна істина? З огляду на це, прогностичні моделі стають своєрідною проєкцією страхів і надій людства. Вони прагнуть дати людині ілюзію контролю над тим, що, можливо, за своєю природою неконтрольоване. Інформаційна взаємодія між державами, суспільствами й особами набуває рис безпрецедентної складності, де причинність

розвивається, а вплив має нелінійний характер. У цій ситуації важливо не лише будувати системи аналізу й прогнозування, а й розвивати культуру критичного мислення, етичної відповідальності та цифрової філософії. Адже лише свідомо людина, яка не втрачає гідності у потоці даних, здатна утримати баланс між свободою і безпекою. Бо прогностичні моделі міжнародної інформаційної безпеки – це не лише аналітичні інструменти, а й дзеркала духовного стану сучасного світу покликані не стільки передбачити майбутнє, скільки допомогти нам усвідомити, в якому напрямі ми рухаємось і ким ми стаємо як глобальне суспільство. Їхня сила полягає не лише в точності, а в здатності спонукати до роздумів: чи здатні ми побудувати світ, у якому інформація служить людині, а не поневолює її.

Питання для актуалізації

1. Розкрийте сутність інформаційної безпеки держави та/або країни як явища сучасного світу.
2. Дайте характеристику методам і шляхам підтримання безпеки в інформаційній сфері.
3. Опишіть шляхи, способи та засоби верифікації міжнародної інформації.
4. Дайте визначення інформаційній революції, проаналізуйте її вплив на міжнародну систему підтримання миру і безпеки.
5. Розкрийте суть політичних, правових та технологічних чинників міжнародної інформаційної безпеки.
6. Опишіть відомі вам доктрини превентивної дипломатії, вкажіть в чому полягає їх суть.
7. Охарактеризуйте прогностичні моделі міжнародної інформаційної безпеки, вкажіть їх сильні та слабкі сторони.
8. Дайте характеристику типам інформаційних загроз залежно від умов і обставин їх настання.
9. Дайте характеристику спеціальним інформаційним операціям, розкрийте їх слабкі і сильні сторони.
10. Розкрийте базові моменти правового регулювання міжнародного співробітництва у сфері міжнародної інформаційної безпеки.
11. Розкрийте суть міжнародних угод з проблем міжнародної безпеки.
12. Охарактеризуйте ключові стратегії забезпечення регіональної та національної інформаційної безпеки.
13. Висвітліть ключові моменти щодо інформаційної безпеки у програмній і практичній діяльності європейських регіональних організацій РЄ, ЄС, ОБСЄ та НАТО.
14. Розкрийте ключові моменти Декларації про систему загальної та всеосяжної безпеки у Європі ХХІ ст. 1996 р.
15. Розкрийте ключові моменти декларації про «Принципи та план дій по боротьбі з високотехнологічними злочинами» 1997 р.
16. Розкрийте ключові моменти Хартії європейської безпеки 1999 р.
17. Розкрийте ключові моменти Конвенції з кіберзлочинності 2001 р.
18. Проведіть порівняльний аналіз національних стратегій інформаційної безпеки країн світу.

19. Розкрийте ключові моменти Концепції інформаційної безпеки України у системі міжнародних відносин.
20. Розкрийте ключові моменти безпеки інформації в комерційних мережах.

Питання до семінарського заняття

Мета. Усвідомлювати: взаємозумовленість та взаємозалежність членів спільноти щодо їх безпеки

Мати структуроване уявлення про: інформаційний злочин та злочинність, інформаційні загрози та їх типи, суть інформаційної безпеки, шляхи та методи її забезпечення

Оперувати: навичками ведення превентивної дипломатії, інформаційного убезпечення

1. Поміркуйте над тим, чому безпека ідентифікується як найвища цінність сучасного світу поряд із життям та достатком, які від того наслідки.
2. Поміркуйте над тим, чи можливо принципово досягти інформаційної безпеки на рівні людини та на рівні спільноти.
3. Поміркуйте над причинами і наслідками того, що на рівні безпеки не прийнято розрізняти стани інформації: глибинна інформація, відомості, цифрова та електронна інформація.
4. Опишіть відомі вам методи і способи підтримання приватної інформаційної безпеки, визначьтеся з їх слабкими та сильними сторонами.
5. Опишіть відомі вам методи і способи підтримання групової (сімейної, в колі друзів тощо) інформаційної безпеки, визначьтеся з їх слабкими та сильними сторонами.
6. Поміркуйте над тим, чи є інформаційна безпека держави та інформаційна безпека країни одним і тим же, чи різняться методи і засоби їх підтримання.
7. Поміркуйте над тим, чи принципово можливо досягти стовідсоткової стійкої інформаційної безпеки і, якщо так, то за яких обставин, а якщо ні, то чому.
8. Поміркуйте над тим, чому у світі існує явище інформаційної агресії, маніпулювання відомостями тощо та чи можливий сучасний світ без згаданих і їм подібних явищ.
9. Поміркуйте над тим, чи можливий винахід або відкриття надійного механізму верифікації відомостей будь-якого гатунку, попередньо встановивши відмінність між винаходом і відкриттям.
10. Проаналізуйте суть революції та того, що дійсно приховується за ідеєю революції, розкрийте суть так званої інформаційної революції та наслідків її впровадження для інформаційної безпеки людини, спільноти, соціально-політичних інститутів.
11. Встановіть дійсно зацікавлені сторони та/або суб'єкти так званої міжнародної інформаційної безпеки та проаналізуйте засоби, механізми, шляхи, до яких вони вдаються задля досягнення та/або підтримання безпеки.
12. Поміркуйте над тим, що криється насправді за ідеєю превентивної дипломатії та які дійсні цілі і вигоди переслідуються суб'єктами превентивної дипломатії.
13. Поміркуйте над тим, що робить можливим прогноз загалом, визначає рівень його вірогідності та дієвим у сфері міжнародної інформаційної безпеки.

14. Поміркуйте над тим, чи можливий світ без інформаційної агресії та загроз, що саме породжує або продукує такі загрози.
15. Проаналізуйте, що саме криється за так званими спеціальними інформаційними операціями, які суб'єкти до них вдаються такі дійсні цілі і вигоди переслідують.
16. Поміркуйте над тим, чи можливо сформувати таку нормативно-правову базу, яка б гарантувала інформаційної безпеки, у т.ч. міжнародну; якщо ні, то чому, якщо так, то яким чином.
17. Поміркуйте над тим, хто є дійсними зацікавленими сторонами міжнародних угод з проблем міжнародної безпеки та які цілі і вигоди вони переслідують.
18. Запропонуйте власні стратегії забезпечення регіональної та національної інформаційної безпеки.
19. Поміркуйте над проблемою сумісності комерції та добропорядності в ключі інформаційної безпеки.
20. Поміркуйте над спектром джерел інформаційної небезпеки стосовно України як держави та України як країни, розкрийте їх ідентичність і можливі цілі активності.

Тема 14. Міжнародна, європейська та вітчизняна інформаційна політика і стратегія

Інформаційна політика безпосередньо пов'язана з організацією процесів продукування, поширення та зберігання інформації у соціальних системах. Природно, що практично усі сфери соціального існування, практично без винятку, хіба що у цьому ракурсі мистецтво залишається дещо осторонь, є досить чутливими до внутрішніх і зовнішніх інформаційних потоків, а надто змісту інформації, що поширюється за їх допомогою. Відтак, будь-які операції з інформацією з необхідністю підлягають як модерації, так і контролю. А вже які органи чи інститути і яким саме чином здійснюють модерацію та контроль залежить від особливостей соціально-політичної організації спільноти та/або політичного режиму, притаманного державі або особливостей культури та менталітету, знову ж таки представників спільноти, тобто симбіозу еліт та маси.

Звісно, так звана, соціальна система за посередництва своїх репрезентантів, так чи інакше впливаючи на інформаційні потоки і їх наповнення, вибірково підсилює або ж нівелює статус тих чи інших повідомлень, або й взагалі виводить їх із публічного простору, встановлюючи певний ценз чи й пряму заборону на певні різновиди інформаційних повідомлень. Як наслідок, прийнятні, а тим паче, умовно кажучи, вигідні повідомлення піддаються активному тиражуванню, часто за допомогою усіх наявних форм ЗМІ, аби досягти ефекту масового досягнення, тоді як, м'яко кажучи, незручні відомості прибираються з інформаційних потоків або зводяться до мінімуму. В чистому вигляді так працюють тільки тоталітарні держави, роблячи акцент саме на цензуруванні. Але й демократичні держави можуть підсилювати або послаблювати ті чи інші повідомлення, наділяючи їх більшою чи меншою увагою, в іншому випадку супроводжуючи відповідними коментарями або формуючи навколо тих чи інших відомостей певний асоціативний ряд.

При цьому до *надчутливих різновидів відомостей*, оперування якими за будь-яких обставин та умов підлягає контролю належать такі:

- державні таємниці;
- науково-технічні та військові розробки, загалом таємниці;
- пропаганда будь-яких форм насилля або розбещення, у т.ч. досить табуованою виявляється сексуальна сторона людського буття;
- відомості терористичного змісту, у т.ч заклики щодо повалення держави, зміни державного ладу абощо;
- альтернативна інформація щодо, умовно кажучи, історичного розвитку людства, етносу, раси; расові питання, особливо проблема світового сіонізму;

- відомості про дійсне становище людини, зокрема щодо дійсного перерозподілу ресурсів.

З вище сказаного напрашується висновок, що став широко цитованою сентенцією, зміст якої, тим не менше, залишається незбагненим для мас: хто володіє інформацією, той володіє світом. Попри незбагненність, точніше, навпаки, саме завдяки неспроможності людини до кінця збагнути суть інформації та світу, інформація у продовж усієї вікопам'ятної, так званої, історії людства виявлялася вузькокорпоративним надбанням. Хто глибше схоплював суть інформації, а отже і світу, той мав можливість тією чи іншою мірою маніпулювати світоглядом, а отже і світоставленням мас, як наслідок, розпоряджатися ними, принаймні використовувати їх задля задоволення (*своїх?!)* забаганок.

Для пересічного ж мислителя виглядає так, що впродовж свого історичного поступу людство постійно вигадувало чи винаходило різні технології продукування, модернізації, маніпуляції, поширення, тиражування, накопичення та зберігання інформації, до того ж як деякої субстанції, яка підлягає кількісним вимірам, тобто має щонайменше об'єм, виявляється задавненою чи найсвіжішою абощо.

Ідеї без сумніву видатних постатей сучасного, тобто такого, що тримається вікопам'ятної (по-суті, сфабрикованої) історії, людства опанували значні маси. Проте, аби це сталося, необхідно було витримати певну «технологію» «нав'язування» ідеї масам. Для початку будь-яка ідея у первинному вигляді мала пройти шлях ретрансляції до рівня подачі інформації, зрозумілої та сприймабельної масами, себто посередніми індивідами. Цією справою займалися професійні інтерпретатори або інтелектуали. Для ясності слідом за австрійським політичним філософом та економістом Фрідріхом Гайєком (нім. Friedrich August von Hayek) інтелектуалами можна вважати тих, хто, по-перше, спроможний якісно усно чи письмово розмірковувати на багато різноманітних тем або навколо обраної/наявної (первинної) ідеї. По-друге, здатний опанувати нову ідею раніше за свою аудиторію, володіючи відповідним інструментарієм (знанням відповідної мови, здатністю вникати у суть ідеї тощо).

Наступним кроком щодо поширення ідеї і охоплення нею мас є етап її популяризації – по-суті масового «інфікування» певної частини населення, сприймабельної до подібного гатунку ідей. Популяризаторами ідей стають політики, якщо дивитися на цю функцію очима посереднього громадянина, точніше ж – агенти впливу, які можуть бути як політиками, тобто публічно залученими, так би мовити, «системою» представниками спільноти до соціально-політичного дискурсу та поділу владних повноважень у державі, так і експертами – такими собі носіями еталонних мір і опцій (соціально значимих знань), застосовуючи які, мають можливість робити виважені висновки.

Таким чином можна установити певну послідовність «опанування» ідеєю мас. Джерело ідеї (продуцент або творець) → Група інтелектуалів (інтерпретаторів, яким певна ідея прийшлася до смаку або, навпаки, дратує) →

Агенти впливу (так чи інакше зацікавлені у поширенні тієї чи іншої ідеї, тобто мотивуються очікуваннями власної вигоди), зокрема Експерти та/або Політики → «споживачі» ідеї або маса, тобто ті, хто потребує і водночас «споживає» тлумачення актуальних проблем і питань. Між тим, описаний механізм проникнення ідеї в маси, очевидно, не може бути насправді дієвим без досить важливої деталі – активності, скажімо так, «кураторів», тобто тих, хто з якихось, себто, як правило, не доступних для цілісного усвідомлення посередньою людиною мотивів (причин) визначає, які і коли саме ідеї мають бути поширені у масах, фінансуючи діяльність як інтелектуалів, так і агентів впливу: політиків, експертів, законодавців моди, зрештою вчителів (освітян), тобто інтерпретаторів та популяризаторів ідеї.

Таким чином, інформаційна політика відкривається як подвійний феномен. Пересічна людина схильна бачити у *інформаційній політиці механічну сукупність методів і механізмів управління інформаційними потоками ті їх змістовним наповненням*. Кому ж доступне схоплення прихованої суті інформації, той у *інформаційній політиці бачить засіб управління масами, водночас механізм моделювання світу та інструмент впливу на становлення і існування людини, зокрема за посередництва формування світогляду і, як наслідок, світоставлення*.

Відтак, колосальним інструментом оперування інформацією, а отже й контролю за масами, себто провадження інформаційної політики, став Інтернет, зокрема різноманітні соцмережі. Щодо останніх, то за їх посередництва сформувався специфічний факт і водночас явище у існуванні пересічної людини – користувача інтернет-послуг. Поточна таємниця, тобто на момент її виникнення, спілкування у соцмережі між суб'єктами автоматично перестає бути такою, оскільки зміст спілкування є відкритим для третьої сторони – безпосередньо для персоналу, хто обслуговує мережу, а отже і для власників соцмережі, державних органів або що за їх бажання чи потреби.

Тому поточним завданням інформаційної політики, окрім іншого, є інституціональне і бажано водночас перманентне розв'язання проблеми розрізнення, розмежування і взаємодії приватного та публічного інформаційних просторів. Тим більше, що на сьогодні завдяки знову ж таки соцмережам приватний інформаційний простір потенційно у будь-який момент може стати публічним. А отже актуальність «кухонних розмов» як своєрідного феномену, що виник під тиском тотального контролю за публічною сферою, у т.ч. за контекстами та інформаційними повідомленнями у радянські часи наразі повертається.

Тож не дивно, що інтернет-сервіси та інтернет-видання викликають посилену увагу регулятивних органів будь-якого державного утворення, а надто тих спільнот/держав, де має місце засилля однієї ідеї, тобто панує тоталітаризм, представлений авторитарними суб'єктом – диктатором чи політичним утворенням (партією) з диктаторськими схильностями і повноваженнями. Зокрема, російська

тоталітарна машина прагне якомога повніше контролювати інтернет-потоки та інформацію у них, у т.ч. за посередництва законодавчого органу шляхом віднесення інтернет-сервісів та інтернет-видань до стратегічно важливих з точки зору національної безпеки об'єктів. Останнє, щонайменше, має заблокувати можливість доступу до рунету іноземців. Зрозуміло, що у згаданому щойно устремлінні владних органів практично будь-якої, а не лише з (нео)тоталітарним політичним режимом прослідковується, так би мовити, вимушена послідовність, оскільки **соціальні мережі несуть постійну потенційну загрозу**, по-перше, активної і швидкої мобілізації протестних рухів; по-друге, поширення антисоціальних та антигуманних матеріалів, до яких, безумовно, слід зарахувати порнографію, демонстрацію будь-якого цілеспрямованого організованого та зрежисерованого, себто спеціально підготованого для розміщення в інтернеті (ЗМІ), насилля, а також заклики чи спонукання до самогубства тощо.

Природно, що з іншого боку, спираючись на виважену та послідовну інформаційну політику, для державних органів відкривається можливість ефективно вирішувати системні завдання щодо розвитку інформаційного суспільства та оптимізації інформаційного простору. Зокрема йдеться про:

- поглиблення інтеграції суспільства та синхронізації активності його складових завдяки синхронному чіткому донесенні до усіх членів суспільства домінантної моделі спільного світу, тобто моделі держави, моделі громадянського суспільства тощо;
- стимулювання населення до перегляду своїх світоглядних установок та моделей поведінки відповідно до домінантної моделі спільного світу;
- підтримування моральних орієнтирів на рівні мас, що відповідають домінантній моделі спільного світу.

Серед загальних принципів (державної) інформаційної політики прийнято зараховувати такі:

- принцип **законності**, що передбачає послідовне і неупереджене дотримання юридично-правових норм, як національних, так і міжнародних, імplementованих у законодавчу базу держави, під час формування інформаційної політики та у ході її здійснення;
- принцип **відповідності здоровому глузду та критичному мисленню**, що передбачає урахування напрацьованих у ході соціальної практики досвіду та висновків, дієвість/ефективність яких встановлена експериментальним шляхом, під час формування і реалізації проектів інформаційної політики. Цей принцип найчастіше ідентифікують як принцип **наукової обґрунтованості**;
- принцип **єдності**, що передбачає дотримання усіма суб'єктами інформаційної політики єдиних для усіх правил та підходів до здійснення інформаційної політики, у т.ч. і щодо розробки заходів, спрямованих на реалізацію державної інформаційної політик;

- принцип **послідовності**, що передбачає уникнення подвійних або й потрійних стандартів, коли декларуються одні положення, зокрема у сфері інформаційної політики, а на практиці реалізуються (дещо) інші проекти. Відповідно до принципу послідовності суб'єкт має мислити, публічно оголошувати наміри і діяти в одному ключі, коли не розходилися б думка, слово та справа;

- принцип **системності**, що передбачає комплексний підхід до формування інформаційної політики, зважаючи на процеси, притаманні як окремим сферам соціального, у т.ч. економічного та культурного буття, так суспільному існуванню загалом, а з іншого боку, на світові тенденції і процеси навколо держави та суспільства;

- принцип **ефективності**, що передбачає відповідальний і професійний підхід до обрання методів, засобів та шляхів реалізації інформаційної політики, зважаючи на особливості тих чи інших поставлених цілей і завдань та особливості умов і обставин, за яких мають бути досягнуті поставлені цілі і зrealізовані завдання, а також адекватно оцінюючи наявні ресурси, від фінансово-економічних до людських.

До спеціальних принципів(державної) інформаційної політики прийнято зараховувати:

- принцип **стандартизації**, відповідно до якого має місце послідовне застосування типових, себто уніфікованих чи стандартизованих протоколів, внутрішніх і зовнішніх інтерфейсів, а також проектних рішень і технологій, що дозволяє систематизувати компоненти та підсистеми у системи на основі блочного та модульного підходу до групування відомостей (інформації);

- принцип **повноти, актуальності та достовірності інформаційних ресурсів**, відповідно до якого досягається і підтримується якість відомостей (інформації), яка надається відповідним державним та самоврядним органам задля ефективного здійснення інформаційної політики, у т.ч. числі прийняття оптимальних рішень;

- принцип **комплексної інтеграції**, відповідно до якого досягається раціональне використання та експлуатація наявної інформаційно-телекомунікаційної інфраструктури, у т.ч. завдяки виробленню типових рішень та застосування типових технологій;

- принцип **спрямованого розвитку**, відповідно до якого забезпечується злагоджений процес одночасного проектування та покрокової модернізації структурних складових одиниць єдиної інформаційно-телекомунікаційної системи задля того, аби забезпечити високий рівень адаптивності згаданої системи до наявних реалій та очікувань користувачів;

- принцип **консолідації даних**, відповідно до якого забезпечується зведення усіх даних до єдиного знаменника – інтерпретації за посередництва єдиної

структурованої системи термінів і понять, у т.ч. завдяки точному зіставленню даних.

Що ж до спеціальних принципів державної інформаційної політики, спрямованих насамперед на розвиток інформаційного суспільства, то до останніх, окрім інших, відносять такі:

- підтримання паритетної партнерської взаємодії між державою, громадянським суспільством та (крупним) бізнесом;
- дотримання принципу виправданої рівності та зваженої свободи доступу до різного роду інформації, на яку не накладено законом виправданого обставинами обмеження щодо доступу;
- надання зважених преференцій та достатньої і необхідної підтримки національним виробникам інформаційної продукції та послуг у сфері інформаційних і телекомунікаційних технологій;
- стимулювання послідовного розвитку міжнародного співробітництва у сфері інформаційних та телекомунікаційних технологій;
- сприяння зростанню національної безпеки в інформаційно-комунікаційній сфері.

Як і усяка системна активність інформаційна політика, яку провадить суб'єкт чи політичний інститут, зокрема держава, має ґрунтуватися на певних принципах, аби згадана діяльність щонайменше мала передбачуваний та послідовний характер, а в ідеалі слугувала на благо громадянину або й людині загалом. Тому відповідними принципами мають беззастережно керуватися під час виконання своїх повноважень як установи, так і державні службовці, а надто ті, котрі безпосередньо відповідальні за сектор інформаційної політики.

При цьому принципи умовно поділяються на *загальні*, що визначають особливості підходу до виконання своїх функцій державними органами та посадовцями, та *спеціальні*, тобто ті, що конкретизують діяльність наділених публічною владою осіб у тій чи іншій сфері соціальної активності абощо.

Серед загальних принципів (державної) інформаційної політики прийнято зараховувати такі:

- принцип *законності*, що передбачає послідовне і неупереджене дотримання юридично-правових норм, як національних, так і міжнародних, імплементованих у законодавчу базу держави, під час формування інформаційної політики та у ході її здійснення;
- принцип *відповідності здоровому глузду та критичному мисленню*, що передбачає урахування напрацьованих у ході соціальної практики досвіду та висновків, дієвість/ефективність яких встановлена експериментальним шляхом, під час формування і реалізації проектів інформаційної політики. Цей принцип найчастіше ідентифікують як принцип *наукової обґрунтованості*;

- принцип *єдності*, що передбачає дотримання усіма суб'єктами інформаційної політики єдиних для усіх правил та підходів до здійснення інформаційної політики, у т.ч. і щодо розробки заходів, спрямованих на реалізацію державної інформаційної політик;

- принцип *послідовності*, що передбачає уникнення подвійних або й потрійних стандартів, коли декларуються одні положення, зокрема у сфері інформаційної політики, а на практиці реалізуються (дещо) інші проекти. Відповідно до принципу послідовності суб'єкт має мислити, публічно оголошувати наміри і діяти в одному ключі, коли не розходилися б думка, слово та справа;

- принцип *системності*, що передбачає комплексний підхід до формування інформаційної політики, зважаючи на процеси, притаманні як окремим сферам соціального, у т.ч. економічного та культурного буття, так суспільному існуванню загалом, а з іншого боку, на світові тенденції і процеси навколо держави та суспільства;

- принцип *ефективності*, що передбачає відповідальний і професійний підхід до обрання методів, засобів та шляхів реалізації інформаційної політики, зважаючи на особливості тих чи інших поставлених цілей і завдань та особливості умов і обставин, за яких мають бути досягнуті поставлені цілі і зrealізовані завдання, а також адекватно оцінюючи наявні ресурси, від фінансово-економічних до людських.

До спеціальних принципів(державної) інформаційної політики прийнято зараховувати:

- принцип *стандартизації*, відповідно до якого має місце послідовне застосування типових, себто уніфікованих чи стандартизованих протоколів, внутрішніх і зовнішніх інтерфейсів, а також проектних рішень і технологій, що дозволяє систематизувати компоненти та підсистеми у системи на основі блочного та модульного підходу до групування відомостей (інформації);

- принцип *повноти, актуальності та достовірності інформаційних ресурсів*, відповідно до якого досягається і підтримується якість відомостей (інформації), яка надається відповідним державним та самоврядним органам задля ефективного здійснення інформаційної політики, у т.ч. числі прийняття оптимальних рішень;

- принцип *комплексної інтеграції*, відповідно до якого досягається раціональне використання та експлуатація наявної інформаційно-телекомунікаційної інфраструктури, у т.ч. завдяки виробленню типових рішень та застосування типових технологій;

- принцип *спрямованого розвитку*, відповідно до якого забезпечується злагоджений процес одночасного проектування та покрокової модернізації структурних складових одиниць єдиної інформаційно-телекомунікаційної

системи задля того, аби забезпечити високий рівень адаптивності згаданої системи до наявних реалій та очікувань користувачів;

- принцип *консолідації даних*, відповідно до якого забезпечується зведення усіх даних до єдиного знаменника – інтерпретації за посередництва єдиної структурованої системи термінів і понять, у т.ч. завдяки точному зіставленню даних.

Що ж до спеціальних принципів державної інформаційної політики, спрямованих насамперед на розвиток інформаційного суспільства, то до останніх, окрім інших, відносять такі:

- підтримання паритетної партнерської взаємодії між державою, громадянським суспільством та (крупним) бізнесом;
- дотримання принципу виправданої рівності та зваженої свободи доступу до різного роду інформації, на яку не накладено законом виправданого обставинами обмеження щодо доступу;
- надання зважених преференцій та достатньої і необхідної підтримки національним виробникам інформаційної продукції та послуг у сфері інформаційних і телекомунікаційних технологій;
- стимулювання послідовного розвитку міжнародного співробітництва у сфері інформаційних та телекомунікаційних технологій;
- сприяння зростанню національної безпеки в інформаційно-комунікаційній сфері.

Суб'єктом інформаційної політики, наразі державою передбачається виокремлення напрямків і разом з тим конкретних секторів соціального буття спільноти, що мають бути методично охоплені інформаційними потоками внаслідок (чітко) спланованих заходів та відповідним чином підготованої інформації. Відповідні державні органи, а також посадові особи, що репрезентують їх та державу загалом, організують та контролюють реалізацію конкретних поточних завдань, передбачених (державною) інформаційною політикою.

Існує два основних напрями, у руслі яких держава може виступити ефективним потужним «локомотивом» становлення і розширення інформаційної ринкової ніші, разом з тим перетворення інформаційно-промислового комплексу на явно прибуткову сферу, яка б у змозі була найближчим часом «дорости» до повернення інвестиційного капіталу. Йдеться насамперед про створення електронного уряду, а також розширення спектру технологічно та інтелектуально містких оборонних замовлень.

Проект «електронного уряду», що тією чи іншою мірою поступово та почасти втілюється у життя насамперед у низці соціально-орієнтованих економічно розвинутих країн, тісно пов'язується із

- поглибленням демократичних основ соціально-політичного життя у країні;

- оптимізацією та демократизацією державного управління;
- формуванням і удосконаленням прозорості, тобто доступної для відслідковування практично кожним бажаним, системи прийняття управлінських рішень по всій вертикалі державного управління і, як наслідок, з можливістю кожного, наділеного відповідним правом, себто громадянина та компетентного щодо сфери діяльності, відповідно стосовно якої приймається управлінське (менеджерське) рішення, долучитися до процесу напрацювання рішення, у т.ч. шляхом внесення пропозицій абощо.

У контексті інформаційної стратегії інформаційні потоки дозволяють сформувати такий собі посередник між фізичною реальністю або її частиною, тобто об'єктом, та уявленням про фізичну реальність або її частину, тобто суб'єктом. Цим посередником виступає *імідж – віртуальний елемент свідомості (суб'єкта), що відсилає до об'єкту фізичної реальності, системно приписуючи йому певні властивості і ознаки, значимі у публічному просторі*. Саме імідж, будучи породженням публічного простору, і виступає джерелом смислів, на основі яких індивід, не усвідомлюючи (принаймні сповна) того, формує своє ставлення до чого б то було та визначається з вибором. Відтак імідж як результат втілення інформаційних технологій в руслі інформаційної стратегії стає таким собі інструментом боротьби за визнання того чи іншого образу суб'єкта як істинної суті самого суб'єкта.

З технічної точки зору *інформаційні технології* можна розбити на *три групи*. Ті, що працюють з

- майбутніми проектами;
- поточною реальністю;
- набутками (попереднього) колективного досвіду.

При цьому інформаційні технології за своїм характером можуть бути або, так би мовити, конструктивними та деструктивними або мобілізаційними та демотивуючими, в іншому випадку – легітимуючими та деконструючими. Знову ж таки чи не найяскравішим зразком втілення інформаційної стратегії, що поклала початок суттєвим зрушенням на європейському просторі, а згодом і у світі загалом стали реформаційні процеси. При цьому, часто буває так, що одна й та ж інформаційна стратегія, будучи націленою на утвердження у майбутньому перспективних змін, автоматично або цілеспрямовано делегітимізує певні факти і явища у минулому чи наявному поточному, аби у такий спосіб зробити втілення нового можливим загалом. Об'єктами критики чи демотивації стосовно минулого та вихваляння стосовно майбутнього, окрім іншого, найчастіше стають певні традиції, норми поведінки, окремі цінності або й ієрархія цінностей загалом.

Для осмислення та оперування фахівцям як і будь-кому, хто цікавиться ширше і глибше, аніж у межах пошуку можливостей задовольнити свої (когнітивні) потреби чи цікавість, виявляються доступними лише вторинні

інформаційні стратегії, пов'язані, умовно кажучи, з реальним, себто очевидним суб'єктом інформаційної політики. Відповідно кожен суб'єкт, насамперед колективний, інформаційної політики неодмінно повинен спиратися на ту чи іншу світоглядну парадигму у поєднанні з відповідною інформаційною стратегією, умовно кажучи, самостійно сформованою впродовж віків, разом з тим розробленою і відкорегованою інтелектуальною елітою, чи нав'язаною іншим суб'єктом. При цьому інформаційні стратегії пронизують собою відразу три інформаційні субпростори, що певним чином взаємопроникають. Йдеться про побутовий, публічний та сакральний інформаційні субпростори. До того ж, **сакральний інформаційний субпростір** сприймається в поточному мисленні як джерело первинних змістів та/або анклав істин – найчастіше незрозумілих або й суперечливих здоровому глузду, тим більше критичному мисленню тверджень, які приймаються масами завдяки сліпій вірі як належне. **Публічний інформаційний субпростір** – це анклав санкціонованих громадською думкою, тобто масово визнаних і прийнятих відомостей, упорядкованих відповідно до сфер людської активності у систему наукових, релігійних, правових тощо кодексів, теорій, історичних зведень абощо. Своєю чергою **побутовий інформаційний субпростір** є сукупністю постійно змінних ситуативних комбінацій відомостей, які дозволяють «вигідно» пояснювати будь-який предмет міркувань, будь-то факт, явище чи процес. Тобто – це анклав різноманітних індивідуальних інтерпретацій чого б то було, зводжуваних до певного спільного контексту, відповідно до рівня освіченості та/або інтелектуального розвитку суб'єктів, що підтримують дискурс.

Дієвість інформаційних стратегій регулюється фактично єдиними принципом. Вони спрямовані на формування, нав'язування певній групі (масі) і перманентне підтримання проєктивної (бажаної) віртуальної субреальності «на фоні» чи у лоні домінуючої, так званої, фізичної реальності з метою цілеспрямованого корегування світоглядних установок, широкого спектру мотивуючих і пускових механізмів активності, притаманних представникам виділеної групи, аби внаслідок їхньої змодельованої поточної практики призвести до точкової чи системної зміни тієї ж таки фізичної реальності. Тобто суть інформаційної стратегії полягає у тому, аби вдаючись до засобів маніпулювання інформацією та ефективного використання механізмів донесення інформації до свідомості індивіда, спонукати маси відтворювати «програмовану» субреальність, доводячи її до статусу фізичної реальності.

Використана та актуальна література

1. Брижко В. (2009). До питання сучасної інформаційної політики // Вісник Академії управління МВС. – №2 – с.27-47
2. Європейські комунікації. Навчальний посібник. (2007) / Макаренко Є.А., Бебик В.М., Рижков М.М., Ожеван М.А. та ін.. – К.: ІМВ. – 367 с.

3. Іванченко Ю.М. Сутність, головні напрями та способи державної інформаційної політики в Україні [Електронний ресурс] / Ю.М. Іванченко // Режим доступу: <http://academy.gov.ua/ej/ej2/txts/philo/05ijmipu.pdf>
4. Калашнюк Є.О. (2006). Особливості формування політичної стратегії України щодо розвитку інформаційного суспільства //Актуальні проблеми міжнародних відносин: Збірник наукових праць. Випуск 62 (у двох частинах). II частина. – К.: Київський національний університет імені Тараса Шевченка, Інститут міжнародних відносин. – С. 135-139.
5. Калашнюк Є. (2005). Принципи та механізми інформаційної політики Європейського Союзу / Є. Калашнюк // Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. – С.99-101.
6. Калуга В.Ф. (2008). В пошуках шляху із пастки утилітарного світу : ірраціональні чинники облаштування спільного світу як альтернатива засиллю приватного інтересу та надуманого раціоналізму / В.Ф. Калуга. – К. : Міленіум. – 162 с.
7. Лунь Ю.О. Характеристика європейських медіа-ресурсів в структурі інформаційних послуг ЄС. [Електронний ресурс] / Ю.О. Лунь, А.П. Крап, М.О. Овсіюк // Режим доступу: <http://ena.lp.edu.ua/bitstream/ntb/19233/1/54-Lun-262-265.pdf>
8. Макаренко Є.А. (2003). Європейська інформаційна політика / Є.А. Макаренко – К.: Наша культура і наука. – 285 с.
9. Макаренко Є.А. (2006). Європейська інформаційна політика в добу інформаційного суспільства: перспективи для України / Є.А. Макаренко // Актуальні проблеми міжнародних відносин. Серія «Європейські дослідження»: Збірник наукових праць / Київський нац. ун-т ім. Т. Шевченка, Ін-т міжнар. відносин Київського ун-ту ім. Т. Шевченка. – Вип. 59. (У 2 ч.), Ч. 1. – С. 152-161.
10. Негодченко В.М. (2016). Основні напрями державної інформаційної політики в Україні / В.М. Негодченко // Підприємництво, господарство і право. – №4. – С. 77-81.
11. Питання діяльності Міністерства інформаційної політики України: постанова Кабінету Міністрів України від 14 січня 2015 р. № 2 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2-2015-%D0%BF>
12. Правове забезпечення державної інформаційної політики [Електронний ресурс] // Міністерство юстиції. Режим доступу: https://minjust.gov.ua/m/str_22116
13. Поліщук Руслан. (2020). Георгій Почепцов: Те, що відбулось на виборах, – результат консенсусу олігархів / Електронний ресурс. – Режим доступу: <https://theworldnews.net/ua-news/georgii-pocheptsov-te-shcho-vidbulos-na-viborakh-rezul-tat-konsensusu-oligarkhiv?fbclid=IwAR0R4ZAFUjO8kfioUR7WHXpqi5JH9N0eliR9t9HIG0XDgjNdkzUnEZ2Tik>
14. Про інформацію: Закон України від 2 жовтня 1992 року №2657-ХІІ. [Електронний ресурс] // Верховна рада України. Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2657-12>

15. Савич А.С. Європейські програми формування інформаційного простору ЄС [Електронний ресурс] / А.С. Савич // Проблеми міжнародних відносин. Режим доступу: <http://vmv.kyvu.edu.ua/v/p09/12.pdf>
16. Твердохліб О.С. (2016). Європейський підхід до розроблення інформаційної політики держави актуальні проблеми / О.С. Твердохліб // Економіка. – №3(177). – С.429-435.
17. Dana R. Villa. (1999). Politics, Philosophy, Terror: Essays on The Thought of Hannah Arendt. / Princeton University Press. New Jersey. – 162 p.

Питання для актуалізації

1. Розкрийте суть явища інформаційної політики.
2. Охарактеризуйте принципи здійснення інформаційної політики.
3. Охарактеризуйте стиль і методи здійснення інформаційної політики акторами міжнародних відносин.
4. Проаналізуйте особливості державної політики України щодо формування і підтримання національного інформаційного простору.
5. Охарактеризуйте провідні теорії та стратегії міжнародної інформаційної політики.
6. Розкрийте місце та роль міжнародних організацій у системі міжнародних інформаційних відносин.
7. Опишіть класифікацію, напрями інформаційної політики та програмної діяльності міжнародних організацій.
8. Розкрийте особливості діяльності ООН та її спеціалізованих установ у галузі інформації і комунікації.
9. Проаналізуйте динаміку реалізації міжнародних програм.
10. Охарактеризуйте політичні стратегії ЮНЕСКО та МСЕ у галузі інформації і комунікації.
11. Розкрийте суть інформаційного виміру європейської інтеграції.
12. Проаналізуйте етапи та особливості еволюції європейської інформаційної політики.
13. Охарактеризуйте програмні елементи проектів «Електронна Європа» та «Електронна Європа+».
14. Розкрийте ключові посили декларації «Європа 2020. Цифровий порядок денний для Європи».
15. Розкрийте ключові посили Світового саміту з інформаційного суспільства (2003-2005): трансформація стратегій у XXI ст.
16. Розкрийте ключові посили плану дій Україна-ЄС за напрямком «інформаційне суспільство».
17. Проаналізуйте особливості інформаційної політики Ради Європи: основні принципи і програми дій.
18. Дайте характеристику стратегії і практиці реалізації інформаційної політики Ради Європи у XXI ст.
19. Розкрийте ключові посили політичних, економічних, правових та комплексних Європейських міністерських конференцій Ради Європи в галузі інформації і комунікації.
20. Проаналізуйте особливості регуляторної політики європейських міжурядових організацій.

Питання до семінарського заняття

Мета. Усвідомлювати: цілісність та системність існування і поступу суб'єкта, як індивідуального, так і колективного

Мати структуроване уявлення про: суть інформаційної стратегії та політики і підходи до, принципи і напрями її здійснення; особливості надчутливих різновидів відомостей; потенційні загрози і можливості соціальних мереж; стратегії та особливості національної інформаційної політики України, інших держав та утворень

Оперувати: здатністю упорядковувати власну активність в інформаційному просторі та контролювати власну комунікативну взаємодію

1. Поміркуйте над тим, чи передбачає інформаційна політика наявність єдиного центру управління процесами в інформаційній сфері і, якщо так, то що собою представляє глобальний (світовий) центр управління інформаційною політикою, а коли ні, то яким чином у такому разі можлива світова інформаційна політика.
2. Проаналізуйте, у якому співвідношенні між собою можуть перебувати інформаційна політика певного стійкого утворення, у т.ч. країни, людства тощо та суб'єкти (оператори) управління процесами, що відбуваються на рівні стійкого утворення відповідно.
3. Поміркуйте над тим, чи може так звана громадськість контролювати інформаційну політику і, якщо так, то яким чином та чи є в такому разі громадськість, а коли ні, то чому.
4. Поміркуйте над тим, чи можлива спільнота, її функціонування та існування без інформаційної політики і, якщо так, то за яких умов, а коли ні, то чому.
5. Проаналізуйте, якою має бути інформаційна політика, притаманна спільноті, аби забезпечити очевидне економічне зростання спільноти та добробуту її членів.
6. Проаналізуйте, якою має бути інформаційна політика, притаманна спільноті, аби забезпечити умови і обставини, необхідні для самореалізації представника спільноти.
7. Розкрийте відмінності між інформаційною політикою та інформаційною стратегією, опишіть на їх фоні суть інформаційної тактики.
8. Приведіть приклади вдалих та невдалих інформаційних стратегій та проаналізуйте їх на предмет сильних і слабких сторін відповідно.
9. Поміркуйте над тим, чи має Україна у своєму розпорядженні інформаційну стратегію і, якщо так, то охарактеризуйте її ключові моменти, у т.ч. встановіть ідентичність продуцента, а коли ні, то чому.
10. Дайте характеристику ключовим моментам наявної інформаційної політики, що реалізується в Україні, у т.ч. встановіть ідентичність продуцента, реалізаторів та ймовірні реальні на фоні декларативних цілі.
11. Поміркуйте над тим, хто та/або що і яким чином формує інформаційну політику, зокрема в Україні, дайте характеристику суб'єктам та об'єктам інформаційної політики.

12. Поміркуйте над тим, хто чи що та яким чином розробляє інформаційну стратегію та формує шляхи її втілення, зокрема в Україні, дайте характеристику суб'єктам та об'єктам інформаційної стратегії.
13. Поміркуйте над тим, які положення та принципи інформаційної політики доцільно запровадити чи культивувати в Україні.
14. Поміркуйте над тим, які ключові положення і моменти слід включити, а з іншого боку, переглянути в руслі інформаційної стратегії України.
15. Поміркуйте над місцем і роллю ООН, ЮНЕСКО та МСЕ, інших світових та регіональних організацій у розробці та реалізації інформаційної політики.
16. Проаналізуйте ключові моменти Світового саміту з інформаційного суспільства (2003-2005): трансформація стратегій у XXI ст. на предмет проголошуваних принципів світової інформаційної стратегії і політики.
17. Поміркуйте над тим, хто чи що є центром уваги світової інформаційної політики та стратегії, тобто заради кого чи чого реалізуються ці явища.