

**Міністерство освіти і науки України**

**Східноєвропейський національний університет  
імені Лесі Українки**

**НАТАЛІЯ КАРПЧУК**

**МІЖНАРОДНА ІНФОРМАЦІЯ ТА  
СУСПІЛЬНІ КОМУНІКАЦІЇ**

**Навчальний посібник для студентів  
закладів вищої освіти**

**ЛУЦЬК – 2018**

УДК 327:001.92+316.77](075.8)

**К 26**

**Рецензенти:** **Юськів Б. М.**, доктор політичних наук, професор кафедри економічної кібернетики Рівненського державного гуманітарного університету  
**Гулай В. В.**, доктор політичних наук, професор, завідувач кафедри міжнародної інформації Національного університету «Львівська політехніка»  
**Митко А. М.**, доктор політичних наук, професор, завідувач кафедри міжнародних комунікацій та політичного аналізу Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки

*Рекомендовано до друку вченою радою*

*Східноєвропейського національного університету*

*імені Лесі Українки (протокол № 6 від 29.05.2018 р.)*

**К 26**      **Карпчук Н.П.** Міжнародна інформація та суспільні комунікації : навч. посіб. для студ. закл. вищ. освіти / Н. П. Карпчук. – Луцьк ; 2018. – 514 с.

**ISBN**

Виствілено найважливіші теоретичні проблеми навчального курсу «Міжнародна інформація та суспільні комунікації», основні поняття міжнародної інформації. Подано сучасні теорії й практику міжнародних інформаційних відносин.

Для студентів, що навчаються за спеціальностями «міжнародні відносини, суспільні комунікації, регіональні студії» й «міжнародні економічні відносини», науковців, викладачів, аспірантів.

УДК 327:001.92+316.77](075.8)

**К 26**

**ISBN**

© Карпчук Н.П.

## ЗМІСТ

<b>ПЕРЕДМОВА</b>	<b>5</b>
<b>Розділ 1 ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ СУСПІЛЬНИХ КОМУНІКАЦІЙ</b>	<b>9</b>
§ 1. Взаємозв'язок понять «інформація» й «комунікація»	9
§ 2. Теоретичні основи розвитку суспільної комунікації	16
§3. Комунікативний процес	23
§4. Функції й роль комунікації в суспільстві. Публічна сфера	33
§ 5. Типи суспільних комунікацій	53
§ 6. Інформаційна політика, комунікаційна політика: теоретичні аспекти	76
§ 7. Діяльність «мозкових центрів»	84
<b>Розділ 2 ІНФОРМАЦІЙНА ПАРАДИГМА ЦИВІЛІЗАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ. ІНФОРМАЦІЙНЕ СУСПІЛЬСТВО</b>	<b>92</b>
§ 1. Міжнародний інформаційний обмін	92
§ 2. Національний інформаційний простір	100
§ 3. Глобальний інформаційний простір	104
§ 4. Інформаційне суспільство. Суспільство знань	109
§ 5. Концепції інформаційного суспільства й суспільства знань	114
§ 6. Моделі інформаційного суспільства	123
§ 7. Електронне урядування	131
<b>Розділ 3 ІНФОРМАЦІЙНО-КОМУНІКАЦІЙНА ПОЛІТИКА ДЕРЖАВ І МІЖНАРОДНИХ ОРГАНІЗАЦІЙ</b>	<b>142</b>
§ 1. Міжнародні ініціативи побудови інформаційного суспільства	142
§ 2. Інформаційно-комунікаційна політика міжнародних організацій	154
§ 3. Інформаційно-комунікаційна політика держав	206
<b>Розділ 4 ІНФОРМАЦІЙНО-КОМУНІКАЦІЙНА ПОЛІТИКА ЄВРОПЕЙСЬКОГО СОЮЗУ</b>	<b>246</b>
§ 1. Інформаційна політика Європейського Союзу	246
§ 2. Рамкові програми Європейського Союзу у сфері	

	інформаційно-комунікаційних технологій	257
	§ 3. Комунікаційна політика Європейського Союзу	268
	§ 4. Мовна політика Європейського Союзу	280
	§ 5. Аудіовізуальна політика Європейського Союзу	289
	§ 6. Інформаційна діяльність інституцій Європейського Союзу	300
<b>Розділ 5</b>	<b>МІЖНАРОДНА ІНФОРМАЦІЙНА БЕЗПЕКА</b>	<b>320</b>
	§ 1. Інформаційна безпека	320
	§ 2. Постановка проблеми міжнародної інформаційної безпеки	336
	§ 3. Інформаційно-психологічні війни	346
	§ 4. Інформаційна безпека в діяльності міжнародних організацій	373
	§ 5. Міжнародний інформаційний тероризм і кіберзлочинність	387
<b>Розділ 6</b>	<b>ЗОВНІШНЬОПОЛІТИЧНІ КОМУНІКАЦІЇ</b>	<b>401</b>
	§ 1. Зовнішньополітичні комунікативні технології	401
	§ 2. Інформаційна діяльність зовнішньополітичних відомств	404
	§ 3. Публічна дипломатія	415
	§ 4. Віртуальна дипломатія	420
	§ 5. Медіа-дипломатія	423
	§ 6. Культурна дипломатія	426
	§ 7. Іміджева дипломатія	436
	§ 8. Брендинг держав	441
<b>Розділ 7</b>	<b>МОРАЛЬНО-ЕТИЧНІ ПРОБЛЕМИ ІНФОРМАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ</b>	<b>451</b>
	§ 1. Інформаційна етика	451
	§ 2. Комп'ютерна етика	462
	§ 3. Міжнародні виміри інформаційної етики	469
	§ 4. Інформаційна етика в Європейському Союзі	482
	§ 5. Інформаційна культура	495
	<b>ЛІТЕРАТУРА</b>	<b>505</b>
	<b>ПРЕДМЕТНИЙ ПОКАЗЧИК</b>	<b>511</b>

## ПЕРЕДМОВА

Суспільство – продукт комунікаційної взаємодії людей; комунікація проникає в усі сфери життєдіяльності суспільства, призводить до появи нових комунікаційних процесів (які використовують потенціал інформаційно-комунікаційних технологій), до переосмислення ролі й місця комунікацій у розвитку суспільства. Природно, зростає увага до комунікації як суспільного явища. Один із теоретиків ідеї інформаційного суспільства М. Кастельс стверджував, що у кінці ХХ ст. саме комунікація, а не інформація стали смислоутворюючим стрижнем суспільства. Сучасний глобальний інформаційний простір нав'язує індивіду комунікацію, а обсяг інформації постійно зростає. Ще у 1980 р. Ш. МакБрайд у доповіді «Багато голосів – один світ» наголошував на тому, що право на комунікацію обіцяє просування демократизації на всіх рівнях – міжнародному, державному, локальному, індивідуальному.

ІКТ суттєво впливають на систему міжнародних відносин, взаємодію держав й міжнародних організацій у сфері міжнародного інформаційного обміну. ІКТ, пришвидшуючи формування інформаційного суспільства, провокують серйозні глобальні зрушення. Глобальні процеси концентрації інформації й комунікації істотно вплинули на формування позицій міжнародних й національних інститутів стосовно впровадження ідеології й практики «інформаційного суспільства» в політику більшості держав світу.

Глобалізація комунікації як «рушійна сила» глобалізації загалом радикально змінює стратегію розвитку і зовнішньополітичні доктрини міжурядових інститутів, національних урядів і світової спільноти. Однак цей процес характеризується певною асиметричністю: з одного боку – посилюється конвергенція усіх параметрів міжнародного співтовариства, демократизація глобального управління, відкриваються нові можливості для досягнення глобального добробуту, а з іншого – відбувається розмежування світу за ознакою інформаційно-технологічного прогресу.

Політична еліта країн усвідомлює, що інформаційне лідерство посилює міжнародну взаємодію, визначає значимість країни у світовій ієрархії, є потужним чинником міжнародних впливів, інструментом дипломатії й економічного розвитку. Регіональна й національна інформаційна політика зорієнтована на консолідацію інформаційних ресурсів, координацію інформаційної інфраструктури, забезпечення національного суверенітету й культурної самобутності, інтеграції країн регіону в міжнародний інформаційний простір.

ІКТ провокують нові виклики міжнародній безпеці: зростання ролі, потужності й частоти використання інформаційної зброї, визнання інформаційного озброєння як зброї масового ураження; інформаційний тероризм й кіберзлочини; необхідність попередження й протидії глобальним інформаційним війнам у межах компетенції ООН, регіональних організацій, національних політик держав.

Комунікативні технології здійснюють вплив на забезпечення зовнішньополітичних інтересів держав на міжнародній арені; зростає значимість нових різновидів дипломатичної діяльності: віртуальна (мережева, цифрова, твіттерна, фейсбукова), публічна, іміджева, культурна й медіа-дипломатія. На усіх рівнях взаємодії особи, держави, суспільства, міжнародної спільноти виникає потреба дотримуватися принципів інформаційної й комп'ютерної етики, яка дає змогу гармонізувати інформаційні відносини.

Курс «Міжнародна інформація та суспільні комунікації» належить до нормативних навчальних дисциплін циклу загальної підготовки і відповідає навчальним програмам спеціальностей «міжнародні відносини, суспільні комунікації, регіональні студії» й «міжнародні економічні відносини»; він є базовим для подальшого втвчення таких дисциплін як «Конфліктологія та теорія переговорів», «Масові та стратегічні комунікації», «Зв'язки з громадськістю в міжнародних відносинах», «Інформаційна політика та національна безпека», «Зовнішньополітичні комунікативні технології» та ін.

В Україні досі відсутні спеціальні навчально-методичні розробки з навчальної дисципліни «Міжнародні інформація та суспільні комунікації», зорієнтовані на студентів спеціальностей «міжнародні відносини, суспільні комунікації та регіональні студії» та «міжнародні економічні відносини»; окремі питання цієї тематики розглянуто у підручниках, навчальних посібниках, навчально-методичних працях, що видано упродовж останніх десяти років з дисциплін «Міжнародна інформація», «Теорія мовної комунікації».

Метою викладання навчальної дисципліни «Міжнародна інформація та суспільні комунікації» є: оволодіння знаннями з теоретичних основ комунікативної науки, вивчення основних моделей комунікацій, методики та методології комунікативних технологій, формування навичок багатоаспектного застосування комунікативного інструментарію в різних комунікативних ситуаціях; надання майбутнім фахівцям з інформаційно-аналітичного забезпечення міжнародних відносин знань та вмінь з теорії та практики міжнародних інформаційних відносин як особливої галузі зовнішньополітичної діяльності та міжнародного співробітництва.

Внаслідок вивчення курсу «Міжнародна інформація та суспільні комунікації» студенти повинні володіти такими компетенціями:

- здатністю ефективно спілкуватися на професійному та соціальному рівнях з використанням фахової термінології;
- здатність демонструвати знання базових категорій та новітніх теорій, концепцій, технологій та методів у сфері міжнародних відносин;
- здатністю до реалізації процесів пошуку, передачі та аналізу інформації, підбору та використання аналітичного інструментарію в формуванні політичного рішення для імплементації зовнішньополітичної стратегії, в усіх сферах міжнародних відносин, глобальної та регіональної комунікації;
- здатністю підтримувати належний рівень теоретичних знань та постійно підвищувати свою професійну підготовку.

Навчальний посібник «Міжнародна інформація та суспільні комунікації» призначений для студентів, що навчаються за спеціальностями «міжнародні відносини, суспільні комунікації, регіональні студії» й «міжнародні економічні відносини». Розділи навчального посібника охоплюють концепції й методологію міжнародних інформаційних відносин, теорії інформаційного суспільства / суспільства знань, базові засади й практику міжнародної, регіональної й національної інформаційно-комунікаційної політики, міжнародної інформаційної безпеки, інноваційної дипломатії й інформаційної етики.

Навчальний посібник складається зі вступу, семи розділів із завданнями для семінарських і лабораторних робіт до кожного, списку використаної літератури й предметного показчика.



# РОЗДІЛ 1

## ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ СУСПІЛЬНИХ КОМУНІКАЦІЙ

### § 1. Взаємозв'язок понять «інформація» й «комунікація»

Обидва поняття – «інформація» й «комунікація» – тісно переплетені та взаємозалежні. В англійській мові слово «information» вперше з'явилося у 1387 р. Сучасного написання це слово набуло у XVI ст. У східнослов'янській мові слово «інформація» прийшло із Польщі у XVII ст. З середини XX ст. поняття «інформація» стало загальнонауковим, але досі в науковій сфері воно залишається вкрай дискусійним. Походження терміну «комунікація» простежується від латинського слова «communicatio», що означало зв'язок, повідомлення; в інших джерелах вказується на латинське слово «communico», що означало «роблю загальним, поєдную».

У науковому обігу існує велика кількість інтерпретацій поняття «інформація», які зумовлені завданнями конкретної науки. Загалом усі тлумачення відповідають таким концепціям<sup>1</sup>:

**Кібернетико-семіотична концепція** (Н. Віннер, К. Шеннон) визначає «інформацію» як форму відображення, яка пов'язана з системою управління, що спроможна постійно підтримувати свою якісну визначеність, здійснювати цілеспрямоване програмне функціонування та саморозвиток, самовдосконалення своїх програм і способів функціонування. У такому підході «інформація» часто ототожнюється з поняттям «сигнал».

**Атрибутивна концепція** (Б. Рассел, Ф. Махлуп) розуміє інформацію як відображення різноманітності в будь-яких об'єктах та процесах живої й неживої природи. Вирізняють три рівня існування інформації: потенційна інформація як форма відображення в неживій природі, інформація як біологічна форма відображення та інформація як соціально-психічна форма відображення, пов'язана з мисленням людини.

---

1. Публіцистика. Масова комунікація. : [медіа-енциклопедія] / [за загл. ред. В. Ф. Іванова]. – К. : Академія Української Преси, Центр Вільної Преси, 2007. – С. 6-46.

**Комунікативна концепція** (найпопулярніша сьогодні) (Н. Луман, К. Дойч, Ю. Габермас) розглядає інформацію як сферу спілкування та сферу загальнонаукової рефлексії. Інформація не існує поза комунікацією і з'являється, коли принаймні дві людини вступають у комунікацію.

У межах згаданих вище концепцій ключова ідея полягає в тому, що інформація виробляється та циркулює, якщо існує потреба задовольнити інформаційні потреби індивіда, які обумовлені рівнем розвитку суспільства, соціальною групою, до якої він належить.

Серед учених домінуючою є точка зору теоретика інформаційної економіки Ф. Махлупа, який розумів «інформацію» як: 1) процес передавання знань, сигналу чи повідомлення; 2) поточні дані про змінні величини у певній галузі діяльності, систематизовані відомості щодо основних причинних зв'язків, які містяться у знанні як понятті більш загального класу; 3) знання, передані кимось чи набуті шляхом власного дослідження чи вивчення; 4) знання про певну особу, подію, випадок тощо<sup>2</sup>.

З погляду комунікативістики Л. Землянова розкладає поняття «інформація» на власне інформацію, інформацію в значенні влади, інформацію як джерело розвитку, інформацію як парадокс. Щодо визначення інформації як владної сили, то виділяють такі підходи: 1) ідеалістичний – ключ до порятунку людства лежить в налагодженні інформаційних зв'язків; 2) прозелітаційний – об'єднання навколо певних ідей за допомогою інформації як засобу пропаганди; 3) економічний – інформація розглядається як товарно-економічна сила, що веде до вестернізації; 4) міжнародний – інформація трактується як окрема сила в міжнародних відносинах. Окрім цього існує концепція інформації як джерела людського та соціального розвитку<sup>3</sup>.

Інформація наближується до комунікації – операції трансляції символів, яка закликає чи спонукає до дії. При цьому комунікація розглядається, перш за

---

<sup>2</sup> Махлуп Ф. Производство и распространение знаний в США / Ф. Махлуп. – М. : Прогресс, 1966. – С. 36-37.

<sup>3</sup> Землянова Л.М. Зарубежная коммуникативистика в преддверии информационного общества : [толковый словарь терминов и концепций] / Л.М. Землянова. – М.: Изд-во Моск. ун-та, 1999. – С. 72-73.

все, як процес генерування соціальних смислів. Однак комунікація – це не лише процес обміну інформацією, це – процес створення певної спільності, у якій осмислюється будь-яка інформація, яка потім зіставляється зі смислами усіх учасників комунікативної взаємодії, створюючи певну міру взаєморозуміння, спільного смислоутворення та смислогенерування. Зважаючи на це, під комунікацією розуміють соціальний процес створення, збереження, підтримки та перетворення соціальних реальностей; комунікація є смисловим відтворення суспільства і будь-який соціальний зв'язок базується на комунікації<sup>4</sup>.

На думку В. Шрамма, одного з основоположників американської комунікативістики, гуманним призначенням інформаційних зв'язків між людьми було виникнення людського співтовариства, яке відрізняється і від тваринного, і від рослинного світу. Без комунікації не було б спільноти, як без спільноти немає комунікацій<sup>5</sup>. Дійсно, комунікація виникає для задоволення потреб побуту окремої людини і спочатку використовується лише у побуті. 4–5 тисяч років тому людина починає «розмірковувати й узагальнювати», тому на перше місце виходять соціальні потреби і комунікація «обслуговує» невеликі людські спільноти. Розвиток письма, поява книгодрукування, телеграфу, радіо, телебачення розширює обсяги й підвищує значення комунікації. Ще більш значущою стає роль комунікації в інформаційному суспільстві, в якому з'являються величезні можливості для інтелекту людини й створюються нові інформаційні ресурси, що суттєво впливають на спосіб нашої спільної діяльності та життя.

Комунікацію часто описують за допомогою таких понять як «порозуміння», «повідомлення», «інтеракція», «передача», що підкреслює динамічний характер комунікації як процесу. Існує вузьке та широке тлумачення комунікації. Вузьке поняття комунікації описує обмін інформацією

---

<sup>4</sup> Чистяков А. В. Социализация личности в обществе Интернет-коммуникаций: социокультурный анализ : дисс. ... доктора социол. наук : 22.00.06 / Анатолий Васильевич Чистяков; Рост. гос. пед. ун-т, Ростов-на-Дону. – М. : Российская государственная библиотека, 2006. – С. 115.

<sup>5</sup> Schramm W. Man, women, messages and media. Understanding human communications / W. Schramm, W. E. Porter. – N. Y.: Harper and Row, 1982. – 278 p.

між людьми і спільнотами, тобто соціальний процес. Широке поняття використовують у багатьох сферах. Наприклад, ним позначають взаємодії в тваринному світі, процеси в живих організмах (біокомунікація), а також у середині чи між технічними системами (технічна чи машинна комунікація) чи між людьми й технічними апаратами (комунікація людина-машина). Обсяг поняття є неуніфікованим і швидко змінюється, як і усі сфери комунікації.

Американські вчені Ф. Денс та К. Ларсон, проаналізувавши 126 визначень терміна «комунікація», виділили три основних інтерпретації<sup>6</sup>:

1) комунікація є засобом зв'язку будь-яких об'єктів матеріального й духовного світу як конкретна структура (підхід орієнтований на вивчення комунікативних засобів з метою їх застосування для реалізації соціальних функцій);

2) комунікація – це взаємодія, в процесі якої суб'єкти обмінюються інформацією; якщо суб'єктами є люди, то така комунікація перетворюється в спілкування (тлумачення стосується соціальної комунікації, особливо міжособистісної комунікації);

3) комунікація – передача та масовий обмін інформацією з метою впливу на суспільство чи його складові компоненти (тлумачення пов'язане з проблемами впливу масової комунікації та розвиток суспільних відносин).

Польський комуніколог Т. Гобан-Клас наводить сім типових визначень комунікації: 1) комунікація як трансмісія (трансляція, передача) інформації, ідей, емоцій, умінь; 2) комунікація як розуміння інших, коли ми й самі прагнемо, щоб нас зрозуміли (комунікація як порозуміння); 3) комунікація як вплив за допомогою знаків і символів на людей; 4) комунікація як об'єднання (творення спільноти) за допомогою мови чи знаків; 5) комунікація як взаємодія за допомогою символів; 6) комунікація як обмін значеннями між людьми, які мають спільне в сприйманні, прагненнях і позиціях; 7) комунікація як складник

---

<sup>6</sup> Шарков Ф. И. Основы теории коммуникации: учебник для вузов. – М. : ИД «Социальные отношения», Изд-во «Перспектива», 2003. – С. 15.

суспільного процесу, який виражає групові норми, здійснює громадський контроль, розподіляє ролі, досягає координації зусиль тощо.

Ці дефініції не суперечать одна одній, вони лише доповнюють одна одну; кожне з визначень охоплює певний бік явища, даючи більш глибоке розуміння комунікації.

Залежно від сфери дослідження сьогодні науковці по-різному тлумачать поняття «комунікація». Найпоширенішими є такі інтерпретації:

Комунікація – це: 1) засіб зв'язку будь-яких об'єктів матеріального та духовного світу; 2) спілкування, в ході якого люди обмінюються інформацією; 3) передача і масовий обмін інформацією з метою впливу на суспільство та його складові компоненти; 4) двосторонній процес обміну сигналами з метою інформування, інструктування чи переконання, що ґрунтується на смислових значеннях, які однаково розуміються та визначаються відносинами співрозмовників і соціальним контекстом; 5) соціально-культурна взаємодія людей, груп, організацій, держав і регіонів завдяки інформаційним зв'язкам.

Поряд із терміном «комунікація» досить часто синонімічно використовується поняття «спілкування», однак ці терміни не тотожні. Спілкування передбачає комунікативну взаємодію лише людей, натомість комунікація може відбуватися між людиною та людиною / масою, між людиною та комп'ютером, між комп'ютерами, між тваринами тощо. Спілкування – необхідна і специфічна умова життя людини в суспільстві. Спілкування як людська комунікація «провокується» проблемною ситуацією і починається з того, що людина відчуває певну потребу, яка зазвичай знаходиться поза межами власне спілкування, у сфері діяльності, яку це спілкування обслуговує. У спілкуванні комунікатори (учасники комунікації) реалізують соціальні відносини, які накладають обмеження на їх актуальну поведінку, організовують її. Отже спілкування – це частина комунікації, а не її абсолютний синонім.

У соціумі користуються значущою системою повідомлень, у яких відображені інформація, знання, ідеї, зумовлені значимими оцінками

конкретних ситуацій, тобто здійснюють суспільну комунікацію. *Суспільна комунікація* – це зумовлений ситуацією й соціально-психологічними особливостями комунікаторів процес встановлення і підтримання контактів між членами суспільства в цілому на основі духовного, професійного або іншого єднання учасників комунікації, який відбувається у вигляді взаємопов'язаних інтелектуально-мисленневих та емоційно-вольових актів, опосередкованих мовою й розірваних у часі та просторі, що пов'язані з процесом збору фактів, їх зберігання, аналізу, переробки, оформлення, висловлення та при потребі поширення, сприймання й розуміння, відбуваються з або без використання різних знакових систем, зображень, звуків (письмо, жести, міміка та ін.), засобів комунікації (газети, журнали, аудіовізуальні програми й т.п.), засобів зв'язку (телефон, телеграф, транспорт тощо) і результатом яких є конкретна інтелектуально-мисленева й емоційно-вольова поведінка комунікатора, конкретні результати його діяльності, прийняті ним рішення, що задовольняють членів певної соціальної групи або суспільства в цілому. У ролі ініціаторів такої комунікації найчастіше виступають соціально комунікаційні інститути, служби, а з іншого – організовані спільноти учасники соціальної взаємодії.

Система суспільних комунікацій сучасного суспільства – це

- комунікаційна мережа, яка об'єднує взаємопов'язаних соціальних суб'єктів, які координують та узгоджують свою спільну діяльність через передачу повідомлень за допомогою ІКТ;

- загальнодоступне хранилище масивів знань та інформації, яке використовується як засіб задоволення інформаційно-комунікативних потреб соціальних суб'єктів у системі соціальної взаємодії.

Комунікація може бути успішною та неуспішною. *Успішна комунікація* – це адекватна комунікація, за якої досягається більш-менш повне, але обов'язково достатнє з точки зору комунікаторів, взаєморозуміння. У разі *неуспішної комунікації* можуть траплятися комунікативні переривання (недостатньо адекватна комунікація, недостатньо повне взаєморозуміння

комунікаторів) та комунікативний провал (неадекватна комунікація, повне непорозуміння).

Серед факторів, що зумовлюють адекватну комунікацію, тобто її успішний перебіг, виділяють, перш за все, певну спільність знань комунікаторів, що передбачає 1) спільність знань про мову, якою користуються та спільність навичок мовленнєвої поведінки, 2) спільність знань про світ у формі образів свідомості. Окрім цього в ідеалі для адекватної комунікації слід знати правила етикету, історію, культуру та літературу того народу, мовою якою спілкуються, що дає змогу продемонструвати ввічливість та повагу до представників іншої культури чи просто може допомогти підтримати розмову.

Ф. Зейтель виділяє декілька типових помилок, які можуть спричинити неадекватну комунікацію<sup>7</sup>:

- погане слухання – слухання повинно бути активним (на Заході навіть є курси, які навчають активному слуханню),
- невикористання орієнтації на комуніката – людям цікаво слухати саме те, що входить у їхню сферу загальних, професійних чи практичних інтересів,
- неврахування того, що комунікація є двостороннім процесом, і слід обов'язково звертати увагу на свого співрозмовника,
- незнання аудиторії, тобто потреб, інтересів, соціально-демографічних характеристик,
- неправильні невербальні сигнали – при сприйнятті повідомлення комунікатори звертають увагу на міміку, жести, паузи, візуальний контакт тощо, які повинні узгоджуватися із вербальним повідомленням (65 % усієї інформації передається по невербальному каналу),
- невміння писати так, щоб бути зрозумілим – текст, призначений для читання, та текст для усної презентації суттєво різняться за граматичною структурою та стилістичними прийомами,

---

<sup>7</sup> Почепцов Г. Г. Паблик рилейшнз, или как успешно управляют общественным мнением / Г. Г. Почепцов. – М. : Центр, 1998. – 48 с.

- неврахування елементарних правил увічливості, яка є нормою комунікативної поведінки і сприяє позитивному налаштуванню комунікаторів на сприйняття інформації і навіть може знижувати рівень упередження (якщо він існує).

Зважаючи на те, що інформація та комунікація взаємозалежні, але не синонімічні поняття, трактуватимемо їх як дві сторони одного процесу. Інформацію будемо розглядати як категорію, що позначає сукупність певних даних, знань, тобто зміст комунікації, а комунікацію – як засіб повідомлення, зв'язок, спілкування, передачу інформації, тобто як специфічну форму взаємодії соціальних суб'єктів з приводу інформації. У такому тлумачення комунікація включає те, що передається, і те, як це передається.

## **§ 2. Теоретичні основи розвитку суспільної комунікації**

Очевидно, концепт «комунікація» був уведений в наукову думку європейською античною філософією. Зокрема, Сократ упродовж своїх знаменитих діалогів з опонентами уважно їх вислуховував, задавав питання, а потім переконував у хибності їхніх поглядів. Відхід від суб'єктивного догматизму і перехід до діалогічності, тобто сприймання доказів опонента та готовність змінити свої погляди на основі обґрунтованих аргументів співрозмовника, виділили європейський стиль наукової думки. Слід зауважити, що ці деліберативні традиції зберігаються і в сучасній Європі, де інтелектуали створюють свої осередки спілкування, щоб допомогти один одному розширити погляди і духовно збагатитися.

В античній культурі звернення до проблеми людини, людського буття виводило на перший план питання міжособистісних відносин, які стали предметом риторики та етики. Саме антична риторика (Платон, Сократ, Арістотель, Цицерон) зробила вагомий внесок у становлення та розвиток теорії та практики комунікації, адже була детально розроблена структура мовлення, яка охоплює такі елементи: вступ, назву і тлумачення назви, розповідь, опис,



доказ, спростування, звернення до почуттів, заключення. Теоретичне підґрунтя, закладене античними мислителями, стало основою, на якій будувалися наступні дослідження у сфері суспільної комунікації. Природно, тогочасний рівень розвитку особистості й реальних відносин між людьми був ще не досить високим, тому й проблема людської комунікації не набула серйозного значення в суспільній свідомості.

Великий вплив на вирішення проблеми особистості й людських відносин здійснило виникнення та поширення християнства, яка дало потужний поштовх для розвитку самосвідомості особистості. Це було пов'язано з: 1) визнанням рівності усіх людей перед Богом; 2) проголошенням, що поведінка кожної людини залежить від неї самої, від її вільного вибору, її індивідуальних духовних якостей, бо Бог наділив людину свободою волі; 3) особливим місцем людини у світі – над усім сущим, як господаря природи; 4) проголошенням найважливішого принципу – «возлюби ближнього, як самого себе».

Епохи Відродження та Нового часу ставлять у центрі нової культури не Бога, а людину, намагаючись надати справжню цінність саме земному, а не потойбічному, існуванню людини. Ключовим моментом комунікації стала проблема внутрішнього світу людини.

На межі XVIII–XIX ст. у німецькій класичній філософії починають розробляти категоріальний апарат, принципово важливий для побудови теорії комунікації: вводяться поняття «суб'єкт» – людина в її активно-пізнавальному ставленні до оточуючої дійсності, та «об'єкт» – оточуюча дійсність. Відомий представник німецького романтизму Ф. Шлейєрмахер (1768–1834) послідовно розглядав проблему спілкування. Для нього спілкування між людьми – це, перш за все, спілкування між індивідами як рівними сторонами (суб'єктно-суб'єктні відносини). Саме визнання цього факту стало для нього основою для розробки теорії герменевтики (розуміння), тобто розуміння та тлумачення різноманітних творів<sup>8</sup>.

---

<sup>8</sup> Шарков Ф. И. Основы теории коммуникации: учебник для вузов. – М. : ИД «Социальные отношения», Изд-во «Перспектива», 2003. – 248 с.

У XIX ст. виникає новий напрям дослідження комунікації – семіотика, яка приділяла особливу увагу знаковій природі комунікації. Основні принципи семіотики сформулював американський філософ та логік Ч. Пірс (1839–1914). Згідно цим напрямом будь-яка думка – це знак; не лише мислення складається із знаків, але й людину можна розуміти як знак; мова є знаком, який є публічним за своєю суттю та є засобом спілкування. Зокрема, Ч. Пірс створив класифікацію знаків за трьома групами:

1. Знаки-ікони – дія яких заснована на фактичній подібності до означуваного об'єкта, тобто знак копіює об'єкт (портрет, фотографія, географічна карта, зліпки, відбитки, сліди тощо).

2. Знаки-індекси – дія яких заснована на реальній суміжності знака й означуваного об'єкта (дорожні знаки, дим є прикметою вогню, тремтіння – прикмета страху або холоду тощо).

3. Знаки-символи (умовні, конвенціональні знаки) – дія яких заснована на умовному, встановленому «за домовленістю» зв'язку між знаком та означуваним об'єктом. Це більшість слів будь-якої мови, жести тощо<sup>9</sup>.

Однак у XIX ст. з'являються й критичні теорії, зокрема найяскравішим критиком комунікації став Ф. Ніцше (1844–1900), який стверджував, що мислення нерозривно пов'язане з мовою, але мова обов'язково спотворює реальність, бо підмінює справжнє життя його штучною картиною; за допомогою слів-метафор люди впорядковують хаос вражень.

Системні дослідження комунікації розпочинаються на початку XX ст. через потребу вивчити модифікацію процесів спілкування в межах політичних умов, що склалися, що зумовлено зміною структури інформаційного процесу, виокремлення різних типів аудиторії з урахуванням соціальних груп і освітньо-професійного рівня, розуміння ефективності масової комунікації. Далі

---

<sup>9</sup> Ibidem.

розвиваються герменевтика й семіотика, однак виникають також інші напрями<sup>10</sup>:

- екзистенціалізм (М. Хайдегер, К. Ясперс, Ж. П. Сартр інші): здатність людини до комунікації вирізняє її від усього живого, завдяки цій здатності людина може знайти себе. Відносини «Я – Ти» між людьми виникають лише при спілкуванні, при цьому люди усвідомлюють і зберігають свою відмінність. Комунікація вважається універсальною умовою людського буття, бо людина не може бути сама собою, не вступаючи у спілкування;

- персоналізм (Е. Мунье) – комунікація будується на основі взаєморозуміння, дискусії (на противагу індивідуалізму, за яким людина втратила зв'язок з природою, наділила себе абсолютною свободою і розглядає інших лише з точки зору власного розрахунку);

- діалогічна філософія (М. Бубер, Г. Марсель та інші) – діалогічні відносини, тобто відносини «Я – Ти», фундаментальна характеристика місця людини у світі; ці відносини є первинними й поза ними людина не може сформуватися як особистість;

- логічний позитивізм (Ф. Вайсман, Г. Ган, К. Гедель, Р. Карнап та інші) – необхідно створити досконалу мову, яка б не допускала жодних невизначеностей. Такою мовою має бути мова математичної логіки;

- лінгвістична філософія (Дж. Мур, Л. Вітгенштейн, Дж. Остін) – відмова від жорстких логічних вимог до мови, об'єктом аналізу має стати жива мова; досліджували приховані (імпліцитні значення) у висловлюваннях;

- критична філософія Франкфуртської школи другої половини ХХ ст. загострила питання про роль та значення комунікації в сучасному західному суспільстві. Зокрема Ю. Хабермас розглядає комунікацію як діяльність, яка спирається на строгі норми, які визнаються співтовариством людей, що живуть спільно та спілкуються між собою. Така комунікація дає змогу уникнути тотального панування, яке руйнує особистість, дає людині можливість чинити

---

<sup>10</sup> Шарков Ф. И. Основы теории коммуникации: учебник для вузов. – М. : ИД «Социальные отношения», Изд-во «Перспектива», 2003. – 248 с.

опір. Консенсус є наслідком комунікації, в ході якої учасники визнають один одного рівноправними соціальними партнерами.

У ХХ ст. розроблено кілька конкретно-наукових підходів до вивчення комунікації:

*Технократичний підхід* до вивчення комунікації базується на концепції технологічного детермінізму, найбільш відомою серед яких є теорія інформаційного суспільства, що розглядає сучасні технічні засоби інформації як найважливіший стимул і джерело соціального розвитку (Д. Белл, М. Маклюєн, Т. Стоуньєр, Е. Тоффлер та ін.). Теоретик комунікаційних технологій Г. М. Маклюєн вважав, що основним двигуном історії є зміна технологій, яку провокує зміна способу комунікації; тип суспільства значною мірою визначається пануючим у ньому типом комунікації, а людське сприйняття – швидкістю передачі інформації. Разом з тим бурхливий розвиток сучасних інформаційних технологій призводить до того, що зміст комунікації відступає на задній план, стає випадковим, ситуативним, а засоби її здійснення набувають можливості маніпулювання свідомістю людей<sup>11</sup>.

*Системний підхід* (К. Шенон) розглядає комунікацію як систему, в якій присутні: джерело, передавач, канал, одержувач, місце призначення, шум. Комунікація означає, що джерело інформації вибирає бажане повідомлення, передавач кодує повідомлення в сигнали, а одержувач розшифровує сигнали в повідомлення. Успіх інформаційної передачі залежить від здатності точно одержати повідомлення в місці призначення. Проблемами інформаційної передачі є: надмірність (повторення, копіювання інформації); шум (будь-яке спотворення, яке виникає при передачі сигналу від джерела до місця призначення); зворотний зв'язок (коригувальна інформація від одержувача).

---

<sup>11</sup> Маклюєн Г.М. Понимание медиа: Внешние расширения человека [пер. с англ. В. Николаева] [Электронный ресурс] / Г.М. Маклюєн. — М.; Жуковский: «КАНОН-пресс- Ц», «Кучково поле», 2003. — 464 с. — Режим доступа : [http://yanko.lib.ru/books/media/mcluhan-understanding\\_media.pdf](http://yanko.lib.ru/books/media/mcluhan-understanding_media.pdf)

*Інтеракційний підхід*, запропонований Т. Ньюкомбом<sup>12</sup>, розглядає комунікацію як взаємодію. Суб'єкти комунікації тут рівноправні і пов'язані як взаємними очікуваннями й установками, так і спільним інтересом до предмета спілкування. Комунікацію розглядають як реалізація цього інтересу за допомогою переданих повідомлень. Ефекти комунікації полягають у зближенні або розходженні точок зору комуніканта і комуніката на загальний предмет, що в свою чергу означає розширення чи звуження їх можливостей взаєморозуміння й співпраці. Такий погляд на комунікацію ставить в центр уваги досягнення згоди між суб'єктами комунікації, встановлення рівноваги в системі взаємних установок.

Американські науковці Дж. С. МакКроскі та В. П. Річмонд виділяють два історичні підходи до розуміння саме інтерактивної природи комунікації<sup>13</sup>:

- риторичний (західний, індивідуалістський, що базується на європейській філософії) підхід загалом концентрує свою увагу навколо вивчення впливу комунікації: комунікант прагне переконати чи примусити комуніката зробити те, що бажає комунікант. Вплив є основним, відносини між комунікаторами – вторинні. Комунікант володіє владою та контролем, він здійснює комунікативний вплив, щоб захистити свої інтереси та досягти ще вищого статусу. Як засіб впливу застосовують різноманітні риторичні прийоми та фігури;

- релятивний (східний, колективістський, що базується на принципах конфуціанства) підхід вивчає комунікацію з трансакційної точки зору, коли комунікатори узгоджують свою взаємодію, намагаючись досягти взаємної вигоди. Первинним є гармонійні відносини, вплив є вторинним і може не досягти поставленої цілі. За такої взаємодії основним є збереження «обличчя» комунікаторів та підтримка хороших відносин.

---

<sup>12</sup> Newcomb T. M. *Social Psychology: The Study of Human Interaction* / Theodore M. Newcomb, Ralph H. Turner, and Philip E. Converse. – New York : Holt, Rinehart and Winston, 1965 - 591 p.

<sup>13</sup> McCroskey J. C. *Human Communication Theory and research : Traditions and Models* [Electronic resource] / James C. McCroskey, Virginia P. Richmond // *An Integrated Approach to Communication Theory and Research*. – 1996. – Available at : [http://www.jamescmccroskey.com/publications/bookchapters/019\\_1996.pdf](http://www.jamescmccroskey.com/publications/bookchapters/019_1996.pdf)

На розвиток комунікації вплинули так звані **інформаційні революції**<sup>14</sup>, які пов'язані з кардинальними змінами у сфері виробництва, обробки й циркуляції інформації, що призвели до радикальних перетворень суспільних відносин.

*Першою* інформаційною революцією – *мовною* – вважають винайдення людьми мови, яка, як і абстрактне мислення, виникає при формуванні суспільства на ґрунті суспільної праці. Вербальна (мовна) комунікація задовольнила потребу спілкування і передачі складної інформації.

*Друга* інформаційна революція – *писемна* – настала із винайденням писемності близько 5000 років тому у шумерів. Це призвело до гігантського якісного й кількісного стрибка в інформаційному розвитку суспільства, адже уможливило фіксацію знання на матеріальному носії й передачу його від покоління до покоління.

*Третя* інформаційна революція – *книгодрукарська* – (середина XVI ст.) пов'язана з винаходом книгодрукування. З'явилась можливість тиражування й активного розповсюдження інформації, зросла доступність джерел знань. Ця революція радикально змінила суспільство, створила додаткові можливості залучення до культурних цінностей широких верств населення, водночас надаючи можливість владним колам контролювати поширення інформації і знань.

*Четверта* інформаційна революція – *телекомунікаційна* – (кінець XIX ст.) зумовлена винайденням телеграфу, телефону та радіо, які дали змогу оперативно передавати й накопичувати інформацію у значних обсягах. Наслідок цієї революції – підвищення поширення інформації й інформаційного «охоплення» населення засобами мовлення. Зросла роль засобів масової інформації як механізмів розповсюдження повідомлень і знань на великих територіях та забезпечення ними громадян, що там проживають. З'явилася можливість оперативного спілкування людей між собою.

---

<sup>14</sup> Шарков Ф. И. Основы теории коммуникации: учебник для вузов. – М. : ИД «Социальные отношения», Изд-во «Перспектива», 2003. – 248 с.

*П'ята* інформаційна революція – *кібернетична* – пов'язана з винаходом обчислювальної техніки, з появою персонального комп'ютера та створенням мереж телекомунікацій. Стало можливим накопичувати, зберігати, обробляти й передавати інформацію в електронній формі. Зросли оперативність та швидкість створення і обробки інформації, в пам'яті комп'ютера стали накопичуватися практично необмежені об'єми інформації, збільшились швидкість передачі, пошуку й отримання інформації.

*Шоста* інформаційна революція – *синергетична* (або глобально-конвергентна) пов'язана з формуванням та розвитком трансграничних глобальних інформаційно-телекомунікаційних мереж, які охоплюють усі країни й континенти, проникають у кожен дім та впливають одночасно на кожну людину й на маси. Найяскравіший приклад – Інтернет. Суть шостої революції полягає у інтеграції в єдиному інформаційному просторі по всьому світу програмно-технічних засобів, засобів зв'язку і телекомунікацій, інформаційних запасів або запасів знань, як єдиної інформаційної телекомунікаційної інфраструктури, в якій активно діють юридичні й фізичні особи, органи державної влади та місцевого самоврядування. Як наслідок, неймовірно зростають швидкості й обсяги обробки інформації, з'являються нові унікальні можливості виробництва, передачі й розповсюдження інформації, пошуку та отримання інформації, нові види традиційної діяльності у цих мережах.

### **§ 3. Комунікативний процес**

Основою будь-якого спілкування є комунікативний процес, упродовж якого комунікант ініціює процес встановлення чи підтримання контакту з комунікатом. В. Різун характеризує природу комунікативного процесу в кількох аспектах<sup>15</sup>:

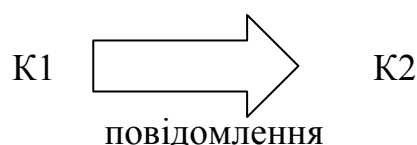
---

<sup>15</sup> Природа й структура комунікативного процесу [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://journalib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=2>

- 1) сторичний аспект – з погляду походження та формування комунікативного процесу,
- 2) типологічний аспект – з точки зору форми процесу комунікації,
- 3) видовий аспект – з точки зору кількості учасників і специфіки організації комунікативного процесу,
- 4) рольовий аспект – з точки зору характеристики учасників комунікації,
- 5) функціональний аспект – з погляду ефективності та дієвості процесу,
- 6) стильовий аспект – з точки зору оригінальності та самобутності процесу,
- 7) культурологічний аспект – з огляду духовного забезпечення процесу,
- 8) системний аспект – з погляду складників процесу,
- 9) технологічний аспект – з погляду організації процесу,
- 10) інформаціологічний аспект – з погляду інформаційного забезпечення комунікативного процесу тощо.

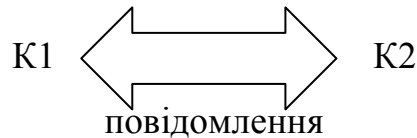
Структура та характер комунікативного процесу залежать від форми участі комуніканта у процесі спілкування та форми взаємодії з предметом спілкування. Форми спілкування відрізняються одно- чи багатовекторністю комунікативного процесу і здатністю перерозподіляти ролі комуніканта й комуніката.

*Одновекторна комунікація* передбачає монологічну форму, коли ролі комуніканта та комуніката є сталими, тобто комунікант (K1) передає комунікату (K2) певне повідомлення і не очікує зворотної реакції.



*Багатовекторна комунікація* характеризується постійною зміною ролі комуніканта та комуніката і має діалогічну форму мовлення.





Досліджуючи комунікацію як явище, виділяють такі складники комунікативного процесу:

**Комунікант (адресант, автор, продуцент, джерело)** – той, хто ініціює процес комунікації, створює повідомлення, намагається здійснити вплив на комуніката. Е. Гоффман запропонував розрізняти три види комунікантів: *аніматор* – той, хто озвучує створене іншим повідомлення (наприклад, диктор телебачення, актор, прес-секретар), *автор* – той, хто створює повідомлення (наприклад, журналіст, письменник, спічрайтер), *принципал* – той, чії думки, переконання, позиції розкриті у повідомленні (наприклад, президент держави, від імені якого спічрайтери створюють повідомлення). Ці три ролі можуть об'єднуватися в одному комунікантові, а можуть і відображати окремі функції залежно від контексту.

**Комунікат (адресат, реципієнт, аудиторія)** – той, до кого звертається комунікант, чії інтереси, знання, соціально-демографічні характеристики враховує при моделюванні майбутньої комунікативної взаємодії. Існує досить широка класифікація комунікатів. Зокрема, виділяють

*реального комуніката*, з яким безпосередньо спілкується комунікант чи якому прямо присвячує своє повідомлення та *гіпотетичного* – потенційного комуніката, вигаданого, уявлюваного автором;

*автокомуніката*, коли комунікант звертається до себе, наприклад, ведучи власний щоденник чи повторюючи вивчений матеріал тощо;

*комуніката-ретранслятора*, який отримує повідомлення та передає його реальному комунікаторові (наприклад, переказує чутку, новини, лекцію тощо);

*національного* комуніката – «національно-мовний» чи «етнопсихологічний» тип комуніката, який формується властивим кожній конкретній культурі комплексом знань у поєднанні із психічними особливостями і національним характером носіїв цієї культури (наприклад, комунікат політичного звернення певної партії); *позанаціональний* комунікат

може адекватно зрозуміти повідомлення, повністю абстрагуючись від власної національної приналежності;

*комуніката-професіонала* (фахівця у певній галузі) / *комуніката-непрофесіонала* (неспроможного зрозуміти вузькоспеціалізоване повідомлення) та «*загальнопрофесійного*» комуніката, який володіє найзагальнішими знаннями з більшості професій;

*гендерного* комуніката (комунікат-чоловік, комунікат-жінка), «*позастатевого*» комуніката, чия статева приналежність не суттєва для розуміння повідомлення;

*вікового* комуніката (доросла людина, підліток, дитина);

*інтелектуально-логічного, раціонального та емоційно-інтуїтивного* комунікатів.

Найактивніші комунікати, обізнані із широкого кола питань, що становлять загальний громадський інтерес, які беруть активну участь у громадському та політичному житті й інформують інших з різних аспектів життєдіяльності суспільства, пропонуючи (іноді нав'язуючи) свою точку зору, отримали назву **лідерів думок**. Їхній вплив здійснюється горизонтально, неформальним чином і часто обмежений визначеною сферою інтересів. Перебуваючи фактивно на перетині масової комунікації та міжособистісної комунікації, лідери думок здійснюють дві функції: 1) функцію посередника та інформаційну функцію, бо ідеї часто надходять із ЗМІ перш за все до лідерів думок, а від них – до менш активної частини населення (у цьому сутність ідеї двоступеневого впливу ЗМІ на комунікатів); 2) функцію посиленого впливу, тобто лідери думок впливають на другому рівні на комунікативно менш активних осіб у своєму соціальному оточенні, бо вони не лише краще поінформовані або більш компетентні, а й тому, що вони краще інтегровані у відповідні соціальні групи. Лідери думок володіють особливою комунікабельністю, що є суттєвою передумовою впливу на інших. Вони добре обізнані із соціальними нормами тих груп, де вони діють.

Обидві сторони комунікативного процесу – і комунікант і комунікат – називаються ще **комунікаторами**.

Комунікант передає комунікату **повідомлення (текст)**.

При формуванні повідомлення комунікант орієнтується на певні **фільтри**, тобто з усієї інформації, якою володіє, відбирає те, що вважає доцільним, зважаючи на інтереси комуніката, його рівень розвитку тощо. Окрім цього, комунікант спирається на питання цензури: самоцензури, тобто автор сам визначає, що є коректним, етичним, правильним згідно власного переконання, виховання, розвитку; та юридичної цензури, якщо така в державі існує.

Повідомлення кодується, **кодом** виступає мова чи інші символічні знаки (наприклад, жестикуляція чи сигнали).

Сутність повідомлення залежить від *інтенції* комуніканта, тобто наміру поінформувати, наказати, розважити, продемонструвати тощо.

Закодоване повідомлення передається по певному **каналі** комунікації: вокальному (усне мовлення, радіо), візуальному (телебачення, преса, Інтернет, картина тощо), рідше – тактильному (через дотик).

Повідомлення відбувається у певному **контексті**, тобто ситуації, типі діяльності, де перетинаються соціологічні, психологічні, мовні, культурні характеристики комунікаторів (наприклад, контекст дружньої розмови чи контекст лекції).

У межах усіх складових процесу комунікації може виникати **комунікативний шум**<sup>16</sup>, тобто порушення і / чи деформації повідомлення, які ускладнюють процес передавання чи сприйняття інформації. Як наслідок, отримана інформація може суттєво відрізнятись від тієї, яку надіслав комунікант, або її отримання взагалі стає неможливим.

З урахуванням критеріїв фізичного, психічного та інтелектуального сприйняття виділяють три типи шуму: 1) *фізичний шум*, наприклад, шум на вулиці, невиразна чи надто тиха мова, заповнене цигарковим димом

---

<sup>16</sup> Бацевич Ф.С. Основи комунікативної лінгвістики: підручник / Ф.С. Бацевич. – 2-ге вид., доп. – К. : ВЦ «Академія», 2009. – С. 56.

приміщення, погане освітлення, невиразний почерк комуніканта тощо; 2) *психічний шум*, який створюється ставленням комуніката до комуніканта: від негативного (упередження, неприхильність) до крайніх позитивних (обожнювання, повна відсутність критичного сприйняття); 3) *семантичний шум*, який виникає внаслідок спілкування різними мовами, використання спеціальної термінології, яку адресат не розуміє.

Результатом впливу комунікативного шуму є ентропія повідомлення, тобто спрощення, втрата частини інформації на шляху від комуніканта до комуніката.

На думку Д. Макквейла<sup>17</sup>, можна виділити чотири типи моделей, які, по суті, репрезентують аспекти комунікативного процесу, частково його фази: моделі трансмісії, моделі ритуалу, моделі привернення уваги і моделі рецепції. Суть моделювання полягає у *виділенні компонентів системи модельованого явища і структурних зв'язків між ними*.

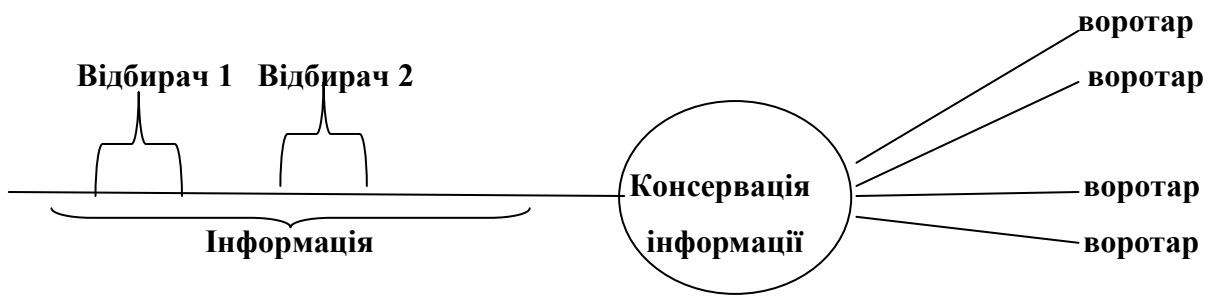
**Модель комунікації як трансмісії<sup>18</sup>**. Однією із таких моделей є **модель Г. Лассуела**, який розглядав комунікацію як лінійний процес, що починається з відправника (це може бути політик, журналіст або ціла інформаційна організація) та закінчується одержувачем (що входить до складу аудиторії). Г. Лассуел описав цю лінійну концепцію формулою «Хто кому що сказав у який спосіб і які це мало наслідки?».

Хто? —————> Що? —————> Яким засобом? —————> Кому? —————> ~~З~~ яким результатом?

**Модель Левіна, або топологічна модель (модель комунікації як припливу інформації)**. Соціальний психолог Курт Левін (1947 р.) застосував до процесу комунікації поняття *припливу повідомлень*.

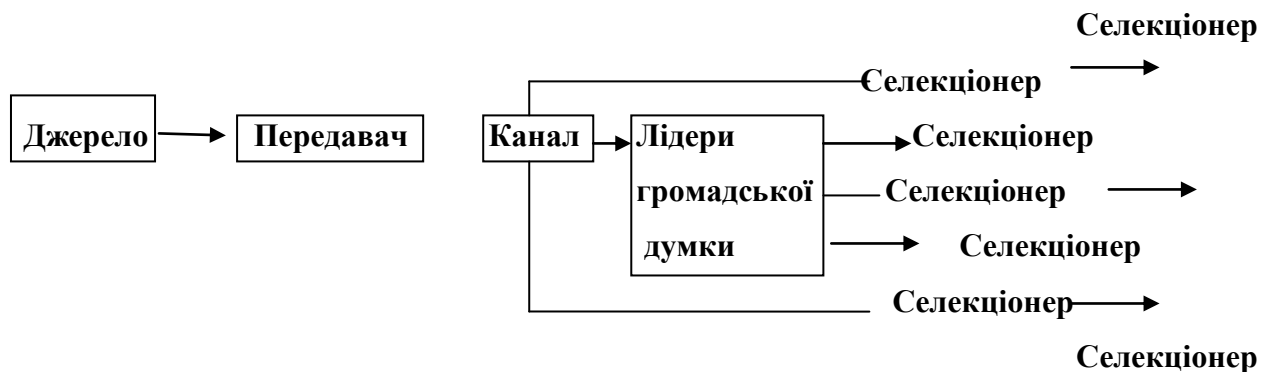
<sup>17</sup> McQuail D. Mass Communication Theory. An Introduction.- London: Sage, 1994.

<sup>18</sup> Різун В. Природа й структура комунікативного процесу / В. Різун [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://journlib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=2>



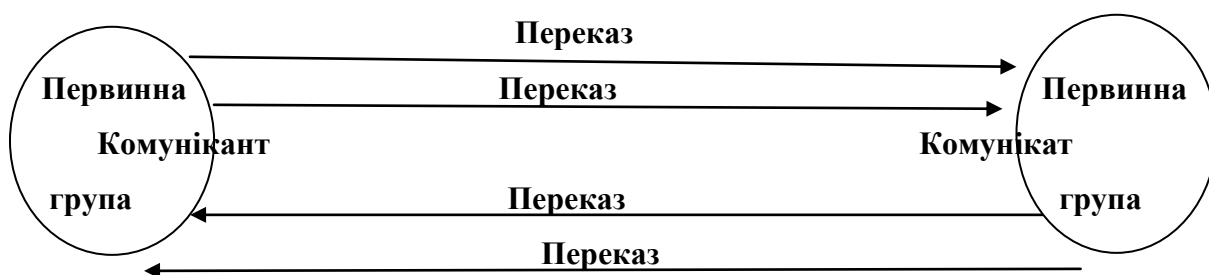
К. Левін виходив з того, що в різних соціальних ситуаціях приплив інформації є завжди нерівномірним та неповним. Приплив інформації регулюється бар'єрами (Левін називав їх *воротами*). У ролі таких бар'єрів виступають певні люди або інституції, які одну інформацію затримують, іншу пропускають. Наприклад, у масовій комунікації такими особами є редактори, видавці, засновники тощо.

**Модель двоступеневого припливу інформації та думки, або модель Каца-Лазарсфельда.** На цій моделі (1955 р.) розмежовують два процеси: процес *передачі* (інформації, а також поглядів, думок, оцінок) і процес *упливу* на позиції та свідомість інших людей. Двоступеневість полягає в актуалізації ролі споживачів інформації: деякі споживачі виконують не лише роль отримувачів і селекціонерів, а й лідерів громадської думки.

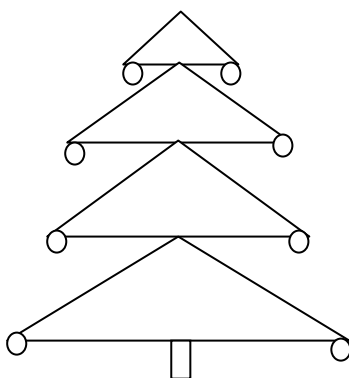


**Соціологічна модель, або модель Рилеїв.** Дослідження соціальних психологів Дж. і М. Рилеїв (1959 р.) довели, що існує сильний вплив малої соціальної групи, до якої належить або хоче належати певна особистість, на її позиції й поведінку. Велику роль відіграє первинна група, яка впливає на почуття, думки, позиції, поведінку відправника повідомлення. Комунікат теж

залежний від своєї первинної групи. Відбувається міжгрупове багатовекторне спілкування.



**Модель ритуалу<sup>19</sup>. Експресивна або ритуальна модель.** До цієї групи належить модель Дж. Карей (1975), на думку якого комунікація має виражатися в таких категоріях: участь, товариськість, братерство, спільна віра. Спілкування, таким чином, спрямоване не на поширення повідомлень чи творів у просторі, а на підтримання спільноти у часі; не є актом висилання інформації, а публічним виявом підтримки суспільних переконань. Ялінка у його моделі є спільним символом для комунікаторів.



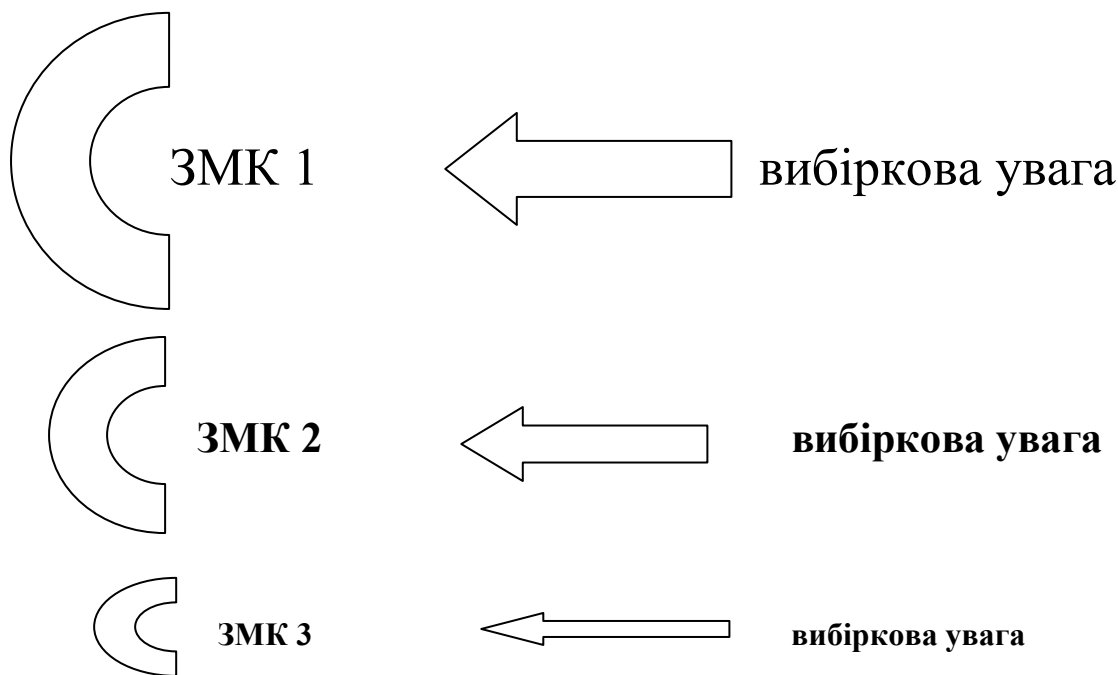
Ритуальна комунікація має головну суспільну функцію уніфікування й підтримання єдності групи. Її символи використовуються в рекламі й політичній пропаганді, релігії, мистецтві, публічних церемоніях. Комунікативний процес на ритуальній моделі спілкування є актом об'єднання людей в одну групу чи підтримання такої єдності.

**Модель привернення уваги<sup>20</sup>. Модель різголосо: комунікація як демонстрація й привернення уваги.** Модель охоплює масовомедійні процеси

<sup>19</sup> Різун В. Природа й структура комунікативного процесу / В. Різун [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://journlib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=2>

<sup>20</sup> Ibidem.

і розрахована на масовий вплив. Основою моделі є встановлення й підтримання уваги комунікатів не так до повідомлення, як до самого засобу комунікації. При цьому переслідується суто бізнесова чи економічна мета: комунікати підтримують існування ЗМК, а також через цей засіб підтримують рекламодавців, реагують на товари та послуги, що рекламуються.



Комунікацію розглядають як виставу, де публіка споглядає, але не бере участі. При цьому факт уваги є більш важливим, ніж якість уваги, яка стає важливим компонентом формування суспільної свідомості. ЗМК робить усе, аби здобути увагу аудиторії. Модель демонстрації й привернення уваги відповідає інтересам особливо тих комунікатів, які вбачають у ЗМК предмет розваги. Акцент при цьому – не суто на змісті повідомлень, а на їхній доступності, демонстративності тощо.

Вибірковість уваги комунікатів до ЗМК є основною характеристикою моделі: чим стійкіша увага до одного ЗМК, тим слабкішою є увага до інших ЗМК. Натомість у моделях трансмісії та ритуалу таких обмежень щодо встановлення контактів із ЗМК немає.

**Модель рецепції (сприймання): кодування й декодування повідомлення**<sup>21</sup>. Основою моделей рецепції є уявлення про процес спілкування як фазовий процес, що складається з актів кодування повідомлення та його декодування. При цьому зміст декодованого повідомлення відрізнятиметься від змісту повідомлення, яке кодував комунікант. Процес рецепції найчастіше обумовлюється самим отримувачем інформації, бо комунікат є не пасивним, а активним декодувальником, зміст повідомлення суттєво залежить від його позицій.

**Модель Лотмана.** Ю. Лотман (30-ті роки ХХ ст.) розглядав комунікацію як переклад з мови мого «я» на мову твого «ти».



Для Лотмана комунікативний процес – це багатовекторна, діалогічна структура; саме багатовекторність контактів між комунікаторами є основою для формування нових повідомлень та нових поглядів. Діалог забезпечує взаєморозуміння, яке виникає через часткову несумісність мов комуніканта (мова 1 – «мова у мисленні», формування думки, мова 2 – безпосередня вербальна репрезентація повідомлення) та комуніката (мова 3 – сприйняття повідомлення протягом трансляції, мова 4 – рівень власного засвоєння та розуміння повідомлення).

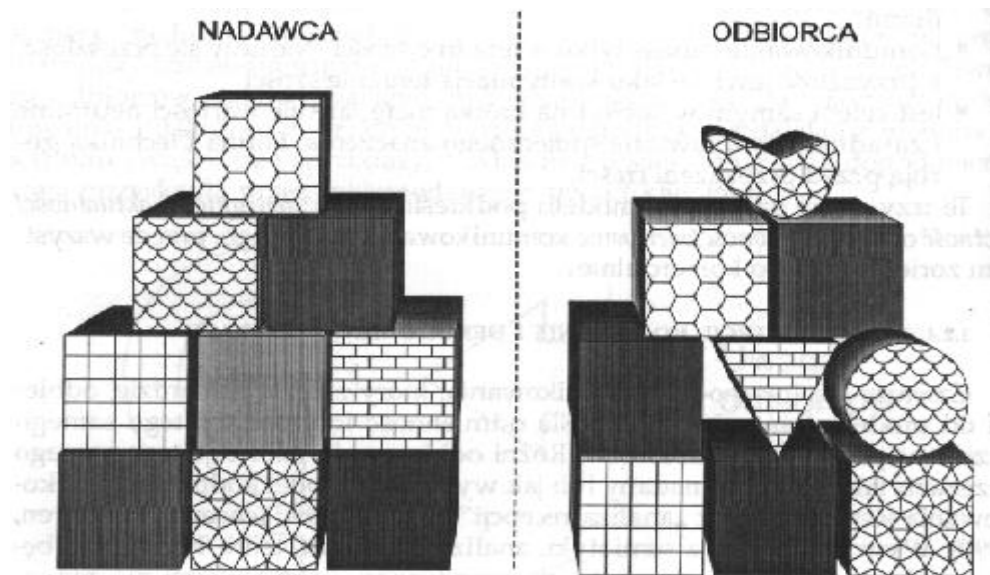
**Модель кубиків:** відправлені комунікантом елементи (кубики) змісту дають змогу комунікату сконструювати свою модель повідомлення<sup>22</sup>.

---

<sup>21</sup> Різун В. Природа й структура комунікативного процесу / В. Різун [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://journlib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=2>

<sup>22</sup> Ibidem.





Rys. 20. Model recepcji. Model klocków

#### § 4. Функції й роль комунікації в суспільстві. Публічна сфера

К. Дойч, досліджуючи проблему ролі комунікації у становленні націй та народів, прийшов до висновку, що «...процеси комунікації є основою зв'язності суспільств, культур і навіть особистостей...»<sup>23</sup>. Вчений вважає, що будь-яка співпраця людських істот потребує комунікації, і чим більш організоване суспільство – тим більша потреба в комунікації. У суспільстві повинен бути центр чи провідна група, визначальною рисою якої є високий рівень комунікативності. Члени спільноти (народу чи нації) пов'язані з центром та провідною групою нерозривним ланцюгом зв'язків та комунікацій, часто і в економічному житті, при цьому не існує різких відмінностей у можливостях комунікації чи просуванні вверх громадськими сходами.

Комунікація виконує функцію життєзабезпечення як у суспільстві в цілому, так і в окремих його складових – соціальних організаціях, соціальних спільнотах, соціальних інститутах. Ще у 1969 р. Ж. Д'Арсі вперше акцентував увагу громадськості на необхідності визнання права людини на комунікацію, включивши у це поняття можливість забезпечення і матеріальних, і духовних

<sup>23</sup> Дойч К. Народи, нації та комунікація / Карл Дойч // Націоналізм : антологія / [упорядн. О. Проценко, В. Лісовий]. – К. : Смолоскип, 2000. –С. 546.

умов комунікації<sup>24</sup>. Як тільки припиниться комунікація між складовими соціальних підструктур, соціальне перестане існувати. Саме комунікація є засобом залучення соціальних організацій у зовнішнє середовище, забезпечує необхідний рівень їх взаємодії з соціальним оточенням, без спілкування з яким неможливе або безглузде існування соціальних організацій.

В основі суспільної комунікації – потреби комунікаторів. Д. МакКвейл виділяє такі потреби комунікатора<sup>25</sup>:

*Потреба в інформації:* орієнтованість щодо релевантних подій у безпосередньому оточенні, в суспільстві та у світі; пошук порад щодо практичних питань, точок зору, альтернатив у процесі прийняття рішень; задоволення цікавості та загального інтересу; навчання, підвищення кваліфікації; прагнення до відчуття впевненості, що дають знання.

*Потреба особистої ідентичності:* посилення особистих ціннісних позицій; пошук моделей поведінки; ідентифікація з іншими (через мас-медіа); «знаходження себе».

*Потреби в інтеграції та соціальній інтеракції:* поставити себе в умови життя інших; ідентифікувати себе з іншими, мати відчуття приналежності до певної групи; отримати основу для розмов та соціальної інтеракції; знайти заміну для (відсутнього) спілкування чи партнера; отримати допомогу у виборі соціальних ролей; встановити контакт з родиною, друзями, суспільством.

*Потреба у розвагах:* втеча від дійсності, відсторонення від проблем; релаксація; культурне чи естетичне виховання; заповнення вільного часу; емоційна розрядка; сексуальна стимуляція.

Комунікативні потреби ініціатора подібні, єдина відмінність – потреба передати інформацію, поділитися своїми ідеями й емоціями.

Залежно від того, які потреби будуть задоволені, комунікація виконуватиме такі **функції**:

---

<sup>24</sup> Терин В.П. Массовая коммуникация : Исследование опыта Запада [Электронный ресурс] / В.П. Терин. – М., 2002. – С. 145. – Режим доступа : <http://www.twirpx.com/file/711197/>

<sup>25</sup> McQuail D. Mass Communication Theory. An Introduction.- London: Sage, 1994.

- *контактну*, яка сприяє встановленню і підтриманню контакту між комунікаторами та формуванню групової свідомості;

- *інформаційну*, що полягає у наданні комунікату інформації з різних сфер життєдіяльності індивідів і суспільства;

- *координаційну*: під час інтеракції комунікатори узгоджують, скоординовують свою мовленнєву діяльність для забезпечення неконфліктного спілкування;

- *спонукальну* – передаючи певне повідомлення комунікатор спонукає комуніката до фізичної, розумової і / чи емоційної активності;

- *пізнавальну* – впродовж комунікативної взаємодії і комунікатор і комунікат пізнають щось для себе нове й емоційно і / чи інтелектуально збагачуються;

- *емотивну*, яка проявляється у співпереживанні, емоційних проявах від повідомлення, емоційно-естетичному задоволенні;

- *налагодження стосунків* – комунікація сприяє соціалізації особистості, розвиває вміння налагоджувати стосунки з різними людьми через дотримання та контроль за соціальними нормами.;

- *впливову* – комунікація може спричинити зміну намірів, поглядів, думок, смаків тощо комунікаторів.

**Ефекти й закони комунікації.** Будь-який комунікатор прагне досягти певних змін у свідомості чи поведінці комуніката, тобто певних ефектів. Ефекти проявляються як:

- виникнення певних знань, настроїв, прагнень, ідей тощо;

- корекція, доповнення, розвиток уже наявних знань, настроїв, ідей, прагнень тощо;

- переоцінка, спростування, витіснення усвідомленого стану як хибного, шкідливого для комуніката.

Саме система ефектів, яких прагне досягти комунікант, і визначає завдання та сукупність його цілей. Фахівці виділяють такі ефекти комунікації<sup>26</sup>:

*Ефект згуртування* виникає в періоди суспільної загрози. Мас-медіа послаблюють критику стосовно посадових осіб, намагаються виконувати просту роль посередника між владою і громадою з метою згуртувати людей навколо влади у боротьбі з суспільною загрозою.

*Ефект довіри*: комунікант намагається викликати довіру до себе чи предмета опису і застосовує для цього відповідні засоби, техніки і стратегії впливу на людей.

*Ефект ореолу* чи ефект німбу виникає в результаті «розкручування» медіа-засобами того чи іншого образу, наприклад, політика. У масовій свідомості образ політика набуває великої суспільної значущості, незамінності, важливості.

*Ефект самодостатності у прийнятті рішень*: чим більш показовою є незалежність, неупередженість і об'єктивність комуніканта, тим більш залежним у прийнятті свого усвідомленого і добровільного рішення стає комунікат, бо його віра до комуніканта штовхає на прийняття саме того рішення, яке пропонується або яке логічно випливає з інформаційного повідомлення. Слід зауважити, що саме середовище масової комунікації завжди тисне на людину, робить її психологічно залежною через те, що це середовище послаблює раціональне у поведінці людини, робить її більш емоційною і більш керованою та маніпульованою. Однак у таких ситуаціях люди часто вважають, що самостійно приймають рішення, тільки беручи інформацію з медіа. Показовим щодо цього ефекту є реклама, яка програмує людей на вибір товару чи послуги через гасло «Ви зробили правильний вибір!», яке пропонує імітацію самостійного вибору.

*Ефект праймінгу*: під впливом медіа в свідомості комуніката оживають старі асоціації, які впливають на розуміння отримуваної інформації. Праймінг

---

<sup>26</sup> Бацевич Ф.С. Основи комунікативної лінгвістики: підручник / Ф.С. Бацевич. – 2-ге вид., доп. – К. : ВЦ «Академія», 2009.

може мотивувати поведінку людини, спонукати її до певних дій, іноді асоціальних. Сприймаючи якусь інформацію і згадуючи та переживаючи асоціативно певні події, пов'язані з цією інформацією, люди можуть реагувати на неї не так, як вимагають реальні умови, а як вони реагували колись. Наприклад, коли глядач бачить на екрані сцену насилля, він пригадує подібну ситуацію, в якій виникали схожі почуття й думки, пам'ять активує відповідні нейронні структури і підсилює ефект праймінгу.

*Ефект десенсибілізації.* Десенсибілізація – це поступова зміна норм і цінностей, під час якої попередньо табуована поведінка стає прийнятною внаслідок постійного впливу ЗМІ на індивіда; або внаслідок постійного «бомбардування» негативною кримінальною інформацією у ТБ-новинах глядач починає сприймати кримінал як норму життя.

*Ефект культивування* передбачає, що, наприклад, глядачі, які постійно дивляться телевізор, з часом сприймають світ через образ на екрані. Насправді, екранний образ суттєво відрізняється від об'єктивної реальності. У комуніката культивується певна поведінкова програма, система цінностей, яка може не відповідати реаліям життя.

*Ефект бумеранга* виникає в результаті «перенасичення» комунікатів інформацією, коли замість довіри до медіа в аудиторії виникає недовіра або навпаки.

*Заколисуючий ефект* з'являється в результаті дії комуніканта на емоційну сферу комуніката. Наприклад, під впливом гарної музики, приємних кольорів, теплою й приємною голосу ведучого глядач починає пасивно сприймати повідомлення. Сполучення тексту, образів, музики й домашньої атмосфери розслаблюють мозок.

*Утилітарний ефект* – задоволення від отримання інформації, необхідної для розв'язання життєвих, практичних завдань (наприклад, реклама товарів, прогноз погоди тощо).

*Ефект задоволення пізнавального інтересу* виникає від отримання інформації, яка підтверджує думки, погляди, судження комуніката, включаючи дискусійні питання.

*Престижний ефект* – задоволення від інформації, яка утверджує цінності та позиції тієї соціальної групи, до якої належить чи хоче належати комунікат.

*Естетичний ефект* – задоволення від сприйняття прекрасного, естетичне збагачення.

*Ефект комфорту* – задоволення від зняття особистісної напруги.

Комунікативна поведінка базується на комунікативних правилах та законах.

**Комунікативні правила** – рекомендації щодо ефективного спілкування, які склалися в суспільстві й віддзеркалюють комунікативні традиції певного етносу. Ці правила суттєво залежать від конкретних складових та умов спілкування; засвоюються шляхом наслідування і навчання й реалізуються переважно автоматично.

**Комунікативні закони** – найзагальніші нежорсткі тенденції, які наявні у всіх типах групового і масового спілкування. Закони комунікації пов'язані із закономірностями процесу комунікації, психологічними особливостями комунікаторів, їх соціальними ролями. Комунікативні закони нежорсткі, з часом можуть змінюватися, мають національну специфіку, однак за необхідності виявляються у будь-яких типах як міжособистісного, так і масового спілкування, тому їх вважають об'єктивними законами комунікації.

Фахівці з теорії та практики ефективної комунікації виділяють такі основні закони комунікації<sup>27</sup>:

*Закон дзеркального розвитку комунікації:* у процесі комунікації комунікатори імітують стиль один одного. Ця імітація відбувається автоматично, підсвідомо. Наприклад, якщо хтось протягом розмови починає говорити пошепки, інші мимоволі звертають на це увагу та понижують гучність

---

<sup>27</sup> Бацевич Ф.С. Основи комунікативної лінгвістики: підручник / Ф.С. Бацевич. – 2-ге вид., доп. – К. : ВЦ «Академія», 2009. – с. 37-42.

голосу. І навпаки, якщо комунікатор починає говорити голосніше, інші учасники спілкування теж відчують потребу підвищити голос. Цей закон впливає на тематику розмов, поставу тіла комунікаторів, ритм їхніх рухів, дихання. Він дає змогу налагодити добрі стосунки між комунікаторами, тобто є одним з найважливіших принципів безконфліктного спілкування.

*Закон модифікації нестандартної комунікативної поведінки учасників спілкування:* якщо співрозмовник порушує комунікативні норми, інший співрозмовник примушує його змінити комунікативну поведінку (якщо говорить голосно – говорити тихіше, якщо бігає по кімнаті – сісти чи зупинитися тощо). Цей закон конкурує із законом віддзеркалення: перемагає один із них залежно від ситуації, особистостей комунікаторів, їхніх комунікативних ролей, статусів, психології, ментальних станів тощо.

*Закон залежності ефективності комунікації від комунікативних зусиль:* чим більше комунікативних зусиль затрачає комунікатор, тим вища ефективність його мовленнєвого впливу. Щоб досягти комунікативного успіху, необхідно застосовувати весь арсенал вербальних і невербальних засобів, дотримуватися законів та правил комунікації, норм етикету, тобто затрачати більше зусиль. Як правило, коротко висловлені прохання чи розпорядження виконують з меншим бажанням, бо сприймають як невічливі, агресивні.

*Закон прогресивного зростання нетерпіння комунікаторів:* чим довше говорить комунікатор, тим неухваліші й нетерплячіші комунікати. За даними дослідників, друга половина промови оратора завжди видається приблизно вдвічі довшою від першої, а останні десять хвилин – утричі довшими за перші десять. Ефективний виступ повинен тривати не довше 10 хвилин.

*Закон зниження рівня інтелекту аудиторії зі збільшенням її чисельності:* чим більше людей слухає оратора, тим нижчий середній рівень інтелекту аудиторії (найтяжче переконати одного слухача). У цьому законі втілюються «ефект натовпу», згідно якого в натовпі людина гірше мислить логічно, бо у неї домінує права півкуля мозку, яка «відповідає» за емоції. Тому в натовпі посилюються емоційні реакції й послаблюється інтелектуальна діяльність,

знижується критичність сприйняття, людина стає довірливішою і легше піддається впливу оточення.

*Закон комунікативного самозбереження:* під час комунікації людина прагне зберегти комунікативну рівновагу, тому нова ідея, як правило, піддається сумніву чи взагалі відхиляється. Впливом цього закону зумовлена поведінка людини в групі: людині простіше пристосуватися до поведінки групи, ніж протистояти їй. Закон комунікативного самозбереження дає змогу комунікаторові підтримувати внутрішній спокій, рівновагу, відкидаючи дратівливу інформацію, трансформуючи її в спокійнішу.

*Закон ритму спілкування:* співвідношення говоріння й мовчання в мовленні кожної людини – величина постійна (у кількісному вияві це приблизно 1:23). Якщо не витримувати звичний ритм, то виникне психічний неспокій, можливі стреси, погіршення настрою, загального стану здоров'я. Однак співвідношення мовчання та говоріння залежить від кількох чинників: професії (викладачі, учителі, актори, диктори, продавці тощо змушені говорити багато), статі (жінки відчують більшу потребу в говорінні), віку (у дітей та молоді величезна потреба в спілкуванні, у людей середнього віку вона зменшується, а в похилому віці знову зростає), національної специфіки (наприклад, жителі Північної Європи розмовляють менше на відміну від жителів Півдня).

*Закон мовленнєвого самовпливу:* вербальне втілення ідеї чи емоції формує цю ідею чи емоцію у комунікатора. Словесне втілення певної думки дає змогу людині впевнитися в ній, остаточно утвердити її для себе. На цьому законі ґрунтується автогенне тренування, в основі якого – словесні команди, які людина подає сама собі і які регулюють її психічний та фізичний стан («Я спокійна, у мене хороший настрій, серце б'ється рівно» тощо).

*Закон притягування критики:* чим більше людина виділяється в оточенні, тим більше про неї лихословлять та критикують. Все, що привертає увагу, стає предметом обговорення, а увагу, загалом, зосереджують на недоліках інших.



*Закон прискореного поширення негативної інформації:* дія закону пов'язана з підвищеною увагою людей до негативних факторів, бо позитивне сприймається за норму і не обговорюється.

*Закон самовиникнення інформації:* у разі дефіциту інформації в певній групі вона самопороджується у вигляді чуток, пліток чи анекдотів.

*Закон спотворення інформації («зіпсованого телефону»):* будь-яка інформація, яку передають у групі, спотворюються в процесі передавання. Причини спотворення – суб'єктивна інтерпретація інформації кожною собою, «правило коментування», тобто особистісне ставлення до змісту інформації; невміння слухати. Ступінь спотворення інформації прямо пропорційний кількості осіб, які її передають.

*Закон емоційної афіліації («зараження»):* особи, які перебувають в однаковому емоційному стані, прагнуть об'єднатися в групу і спілкуватися один з одним. Наприклад, люди в поганому настрої шукають друзів по нещастю, а веселій людині хочеться спілкуватися з веселими співрозмовниками.

*Закон мовленнєвого посилення емоцій:* емоційні вигуки посилюють емоцію, яку людина переживає в даний момент. Словесна констатація емоції посилює її в півтора-два рази (наприклад, емоційні вигуки під час футбольного матчу, мітингу протесту, у медитативній чи релігійних практиках).

*Закон мовленнєвого поглинання емоцій:* у разі послідовної вдумливої розповіді про емоцію, яку переживають, вона поглинається мовленням та зникає (часто використовується у психоаналізі).

*Закон емоційного пригнічування логіки:* перебуваючи в емоційному стані, людина втрачає логічність та аргументованість мовлення, бо в мисленнєвій діяльності починає домінувати права півкуля головного мозку, яка відповідає за емоції, а ліва, що відповідає за логіку, розуміння і породження зв'язного мовлення, пригнічена.

Знання законів комунікації та вміння їх використовувати, а уразі потреби – протистояти їм, важлива складова комунікативної компетенції освіченої людини.

Комунікація характеризується селективністю, а саме: селективністю сприйняття, селективною обробкою повідомлення, а також селективним запам'ятовуванням і згадуванням змісту повідомлення. Селективність у більшості комунікативних ситуацій викликана тим, що пропозиція інформації завжди значно перевищує можливості комуніката щодо уваги та обробки інформації. Тому поряд з комунікативними процесами виділяють **пост(після)комунікативні процеси (процеси вторинної комунікації)**. У систему вторинної комунікації потрапляють лише особливо важливі для комунікативного повідомлення та події. Увесь потік інформації фільтрується / селекціонується і в результаті залишається лише незначний обсяг, який продовжить свою циркуляцію. Найяскравішим прикладом текстів вторинної комунікації є чутки, анекдоти, плітки, частівки.

Фахівці з теорії та практики комунікації вважають, що у суспільстві комунікація (і первинна і вторинна) виконує такі **ролі**:

1. Комунікація як міжособистісний процес і вид соціальної діяльності є одним з найважливіших чинників формування суспільства; комунікація виконує у ньому цементуючу роль.
2. Комунікація – найважливіший механізм формування індивіда як соціалізованої особистості, пов'язаної з конкретним етносом, його культурою, історією, психологією, тобто специфікою світосприйняття.
3. Комунікація сформувала людину як вид *homo sapiens*, виділила його зі світу тварин, сприяла розвитку розуму як одного з найважливіших центрів сприйняття та осмислення світу.
4. Комунікація забезпечує існування соціальної пам'яті, зберігання і передавання інформації між генераціями і в межах однієї генерації.
5. Комунікація сприяє синхронізації життя суспільства у часі та просторі.

Як зазначено вище, у ході комунікації комунікатори кодують свої повідомлення. Цільове призначення повідомлення, вибір комунікативних засобів, канали передачі та сприйняття інформації та спосіб обміну інформацією лежать в основі поділу на природні та штучні комунікативні системи (синонімічно використовується термін «природні та штучні мови»).

До **природних комунікативних систем** відносять ті, які застосовують комунікативні засоби природної мови – слова, словосполучення, жести, рухи, міміку. Такі системи характеризуються багатофункціональністю, високим рівнем варіативності, динамікою розвитку, національною специфікою та представляють різні рівні комунікації.

До **штучних комунікативних систем** відносять ті, в яких використовують сконструйовані чи запозичені з різних галузей знань символи, формули, графи, знаки для позначення зв'язків та відношень елементів. Штучні системи орієнтовані на спілкування на міжнародному рівні, тому не мають національної специфіки. Такі комунікативні системи поділяють на:

- *апостеріорні системи*, які створюються як незалежні, без опори на природну мову. Прикладом є мови математики (мова диференційного й інтегрального обчислення, мова математичної логіки), нотна азбука, так звані «мовчазні мови», що створювалися на основі жестів та обслуговували таємні й релігійні групи, які дали обітницю мовчання, чи вузькопрофесійні групи, які були зацікавлені в збереженні «таємного» коду комунікації. Виникнення таких спеціальних мов пов'язане з прагненням подолати багатозначність одиниць мови;

- *апостеріорні системи* створюються на базі природних мов, з яких запозичено комунікативні засоби й структуру. Лексичні одиниці (слова, суфікси, префікси, закінчення) орієнтовані на інтернаціональну лексику досить широкого ареалу, наприклад європейського. Причина створення таких систем – прагнення знайти простий та ефективний засіб для міжнародного спілкування для вирішення спеціалізованих задач комунікації. Перші спроби створення апостеріорної мови датуються ще IV-III ст. до н.е. Упродовж тривалого часу

функцію мови міжнародної комунікації виконували мови, що зупинилися у своєму розвитку, наприклад, латинь у Європі. Найпопулярнішою та найефективнішою стала мова, розроблена в 1887 р. варшавським лікарем Л. Л. Заменгофом – есперанто. Есперанто побудована на основі інтернаціональної лексики, переважно романського походження, але з германськими та слов'янськими елементами. Граматика проста й стандартизована, графіка подана латинською основою, наголос – на другому складі з кінця. Есперанто «живе», бо видозмінюється, збільшується його словниковий склад, однак проблема мови у тому, що вона тяжка для засвоєння представниками інших мовних груп саме через свій словниковий запас та структуру;

• *змішані комунікативні системи* представлені елементами природних мов та штучно створених елементів та зв'язком між ними. Прикладом є мова волапюк (неспеціалізована комунікативна система), створена в 1879 р. в Німеччині І. М. Шлеєром. До складу мови входять корені латині та найпоширеніших європейських мов, проте вони були так видозмінені, що навіть поліглоту їх тяжко розпізнати. Фактично це була зовсім нова мова, яку потрібно було вивчати (хоча деякий час видавалися газети та журнали цією мовою). Досвід показав, що змішані комунікативні системи невдалі для неспеціалізованого спілкування, проте можуть стати хорошою основою для створення спеціалізованих комунікативних систем, прикладом яких є мови програмування та інформаційні мови (призначені для представлення інформації, що вводиться, зберігається та обробляється комп'ютером)<sup>28</sup>.

**Публічна сфера.** Суспільна комунікація розгортається у публічній сфері. Публічна сфера – це арена, де громадяни задіяні в процес комунікації, тобто збираються разом, обмінюються думками про публічні справи, обговорюють, обдумують та формують громадську думку. Такою ареною може бути окреме місце, наприклад, зала для зустрічей, чи комунікаційна інфраструктура, через

---

<sup>28</sup> Бориснев С.В. Социология коммуникации: Учеб. Пособие для вузов / С.В. Бориснев. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2003. – С. 63-67.

яку громадяни надсилають та отримують інформацію та думки. Публічна сфера – центральний аспект хорошого керівництва, бо без функціональної та демократичної публічної сфери урядовці не можуть звітуватися про свої дії, а громадяни не зможуть здійснювати вплив на прийняття політичних рішень. Реквізитами хорошого керівництва є вільний потік інформації, вільне вираження власних ідей та вільне обговорення. Ідеальна публічна сфера залучає до співпраці і є найкращим захистом від зловживання владою.

Щоб зрозуміти значення та природу публічної сфери сьогодні, слід подивитися на історичний розвиток цього терміну. Його значення завжди було тісно пов'язане з історичними умовами та технічним розвитком. З самого початку публічною сферою було певне місце зустрічей. З розвитком ЗМІ та комунікаційних технологій характер публічної сфери змінився від локальної до комунікаційної мережі<sup>29</sup>.

*Древня Греція* – найбільш загальне розуміння публічної сфери походить із древньогрецьких міст-держав, де громадяни брали пряму участь в прийнятті політичних рішень. Публічне життя було прив'язане до спеціального місця – *agora*, – де громадяни обговорювали важливі питання та обмінювалися думками.

*Європейські монархії* – у недемократичних державах королівський двір був публічною сферою і лише король визначав, що є публічним.

*Салони* – у кінці 17 на початку 18 ст. кав'ярні в Англії, салони у Франції, застільні бесіди у Німеччині стали місцями, де аристократи та члени середнього класу зустрічалися для обговорення мистецтва та політики. Упродовж таких зустрічей «авторитет аргументу витісняв авторитет титулу», соціальний статус ставав несуттєвим. З розвитком газети як першого засобу масової інформації групи, які збиралися у кав'ярнях чи салонах, стали дійсно публічними, бо «газети зробили доступними публічні справи та дискусії для громадян,

---

<sup>29</sup> Карпчук Н.П. Теорія та практика комунікацій : навчальний посібник / Н. П. Карпчук. – Луцьк : Східноєвроп. нац. ун-т імені Лесі Українки, 2013. – С. 190-191.

розпорошених по території». Технічно це означає початок того, що зараз називають «публічною сферою».

*Племінні зібрання* – у спільнотах Африки без державного устрою чи в регіонах із міцними племінними традиціями племінні зібрання функціонують на зразок громадянських зборів Заходу чи древніх *agoras*. Такі зібрання представляють публічне життя племінної спільноти.

*Церковні конгрегації* – у періоди політичної боротьби церква часто надавала місце членам маргіналізованих груп чи тим, кого утісняють, для зібрання та висловлення власних цілей.

*Наші дні* – публічна сфера найтісніше прив'язана до мас-медіа і трактується через свій зв'язок із ЗМІ, бо саме ЗМІ дають змогу думкам циркулювати та пропонують умови функціонування форуму. Термін отримав новий акцент із поширенням нових комунікаційних технологій у 1990-их рр. Зокрема Інтернет пропонує безпрецедентні можливості обміну інформацією та роздумів величезній кількості людей різного походження. Доступ для меншин та політичних аутсайдерів вважається суттєвим для публічної сфери.

Ідея публічної сфери має довгу традицію у філософії та соціальних науках. Сучасне розуміння терміну загалом базується на праці німецького соціолога Ю. Габермаса, який провів усебічний аналіз природи публічної сфери та її історичних трансформацій. Науковець визначив **публічну сферу** як «мережу для комунікаційної інформації та точок зору <...> потоки комунікації в процесі фільтруються та синтезуються так, щоб об'єднатися у сукупність тематично визначених громадських думок»<sup>30</sup>.

Публічна сфера знаходиться між приватним побутом, з одного боку, та державою – з іншого. Це – місце, де вільні та рівні громадяни зустрічаються, щоб поділитися інформацією, поdiskутувати, посперечатися чи обдумати спільні проблеми.

---

<sup>30</sup> Habermas J. *Between Facts and Norms. Contribution to a Discourse Theory of Law and Democracy* / Jürgen Habermas. — Cambridge, Massachusetts: The MIT Press, 1996.

Сьогодні публічна сфера виходить за межі окремого місця і охоплює усі канали комунікації, через які громадяни надсилають та отримують інформацію. Така двостороння комунікація суттєва, бо публічна сфера не існує, якщо, наприклад, уряд оприлюднює інформацію, проте не дослухається до людей. Існує думка, що публічна сфера для держави – це те саме, що ринок для економіки. У публічній сфері товари для обміну та валюта для торгівлі мають не економічну, а політичну природу. Основний продукт публічної сфери – громадська думка, а ідеї – «товари», якими обмінюються. Такий підхід прирівнює публічну сферу до «вільного ринку ідей» за Дж. Мільтоном, де кожен спроможний пропонувати ідеї, і де лише найкращі ідеї здобувають прихильність громадськості.

Функціонування демократичної публічної сфери базується на п'яти основах<sup>31</sup>:

- *гарантовані конституцією громадянські свободи* – свобода слова, висловлювання та зібрань. Більшість країн світу приймають основні громадянські свободи, закріплені у Загальній декларації прав людини;

- *система вільних, плюралістичних та незалежних від державного контролю медіа* – система ЗМІ часто розглядається як основна інституція публічної сфери, яка гарантує рівний доступ та висловлювання громадянам, за умови, якщо ЗМІ є незалежним від політичних та корпоративних інтересів;

- *доступ до публічної інформації* – включає свободу інформаційного права та культуру прозорості і відкритості. Значна кількість країн прийняли закони про свободу інформації; закони доповнюють відповідно до вимог відкритості та можливості робити запити;

- *громадянське суспільство*, яке підтримує вимогу громадян про підзвітність та участь в публічній сфері. Організації громадянського суспільства встановлюють та забезпечують громадян порядком денним;

---

<sup>31</sup> Odugbemi A. Public opinion, the public sphere, and quality of governance: An exploration / A. Odugbemi // Governance reform under real-world conditions. Citizens, stakeholders, and voice : [S. Odugbemi & T. Jacobson (Eds.)]. – Washington, D.C. : The World Bank, 2008. – P. 17.

• *місця для щоденного обговорення публічних справ* – це будь-які місця, де громадяни можуть спільно обговорювати політику (наприклад, робоче місце, кав'ярня, школа тощо).

Складові публічної сфери базуються на принципах відкритості та публічності. Е. Кант визначав принцип публічності як правову максиму та основоположний принцип демократії. Він також трактував публічну сферу як «публічне застосування розуму», яке базується на *етичних принципах комунікації*, а саме: повазі до протилежної точки зору, спроможності іти на компроміс та інших принципах чесних публічних дебатів<sup>32</sup>.

Демократична публічна сфера – це структурна сила в політиці, основна частина архітектури хорошого керівництва, яке важливе для знищення бідності. Ідея публічної сфери тісно пов'язана із громадянським суспільством, проте це не синонімічні поняття. Організації громадянського суспільства впливають на публічну сферу і через громадську думку впливають на владу. Саме у вільній та відкритій публічній сфері соціальні рухи отримують публічний голос, борються за визнання, самостверджуються, шукають шляхи формування громадської думки, впливають на лідерів та політиків та приносять зміни. Хороше та підзвітне керівництво створює вільний потік інформації, вільне самовираження, вільне обговорення важливих політичних питань, тобто ефективну комунікацію.

Актори публічної сфери<sup>33</sup>:

• *громадськість* – традиційне розуміння громадськості стосується уявної групи людей, які об'єднуються довкола спільних інтересів з одного чи кількох публічних питань. У сучасній соціології термін часто використовують для позначення політично значимої групи громадян (наприклад, електорату, громадянського суспільства, місцевих спільнот чи аудиторії ЗМІ);

<sup>32</sup> Кант И. Критика практического разума: Основы метафизики нравственности ; Критика практического разума ; Метафизика нравов / Иммануил Кант. – СПб. : Наука, 1995. – 528 с.

<sup>33</sup> The public sphere [Electronic resource]. – Available at : <http://siteresources.worldbank.org/EXTGOVACC/Resources/PubSphereweb.pdf>



• *громадянське суспільство* – сукупність недержавних організацій, які представляють волю та інтереси громадян; складається із організацій та діяльності, які мають, перш за все, політичний чи комерційний характер і не мотивуються прибутком чи владою. За певних обставин можуть стати частиною публічної сфери;

• *посадові особи* – держава не є частиною публічної сфери, проте має не лише можливість, але й зобов'язання бути актором публічної сфери. У демократичній публічній сфері посадовці дослухаються до громадськості і визначають публічну волю, інформують про свої питання та позиції та забезпечують інформацією про рішення та дії;

• *ЗМК* – забезпечують канали комунікації, визначають та пропонують теми публічного обговорення;

• *приватні актори* – якщо громадяни та приватні корпорації вступають у публічну сферу, то чинять так для забезпечення приватних чи публічних інтересів і в такому випадку стають частиною громадськості.

Продуктом публічної сфери, важливим концептом керівництва та прийняття політичних рішень є *громадська думка*, яка стосується: справ держави, уряду, соціальних інститутів; питань, які є відкриті та доступні для кожного; подій, політик чи рішень, які стосуються громадян; питань загального інтересу; громадського добробуту.

Вважають, що громадська думка володіє такими расами: представляє одну домінуючу думку, є мінливою, стосується думки більшості.

Громадська думка формується через процес колективного прийняття рішення:

1. Артикулюються проблемні питання.
2. Розробляються можливі рішення проблеми.
3. Ті, хто приймають рішення, оцінюють наслідки окремого можливого вибору.
4. Ті, хто приймають рішення, оцінюють альтернативні рішення.
5. Приймається рішення.

Громадська думка – основа політичної влади та законності, будь-який уряд «є в безпеці допоки його населення добровільно погоджується із таким керівництвом».

Досліджуючи взаємодію держави та громадян завдяки використанню ІКТ, А. Чадуїк та К. Мей виділяють три моделі комунікаційної взаємодії<sup>34</sup>:

1. Адміністративна модель (Managerial model), яка володіє такими характеристиками: «ефективне» поширення урядової / державної інформації громадянам та іншим групам користувачів (тут під «ефективністю» розуміють підвищену швидкість поширення інформації при зниженні витрат); покращення потоків інформації в межах та по за межами держави; «контроль» логіки викладу; пришвидшення надання інформації сприяє «відкритості» уряду; розробка регулятивних рамок; відповідь на потреби «нової економіки»; загалом відсутня можливість отримувати та інтерпретувати інформацію; одновекторна модель інформації.

Використовуючи електронну систему, уряди можуть надавати громадянам продукти кращої якості, швидше та у зручній спосіб. Однак держава є авторитарним джерелом інформації у суспільстві і може маргіналізувати альтернативні джерела, створювати додаткові значення, визначати порядок денний. Доступність інформації тлумачиться як вторинне, «технічне» питання, а не можливість вибрати та оцінити публічно важливу інформацію. Це – модель типу «push»: аудиторія – пасивний реципієнт, а не співрозмовник; держава управляє інформацією, створюючи форуми для обговорення визначених питань, та забезпечуючи доступ споживачів до них.

2. Консультативна модель (Consultative model) характеризується такими рисами: голосування, доступ зацікавлених сторін до уряду, представлення точок зору; «кнопочка демократія», е-голосування, постійне опитування громадської думки; доступ як технічне питання є проблемою

---

<sup>34</sup> Chadwick A. Interaction between states and citizens in the age of the Internet: 'e-government' in the United States, Britain and the European Union [Electronic resource] / Andrew Chadwick, Christopher May. – Available at : <http://ecpr.eu/Filestore/PaperProposal/82cd8d57-e93b-4cc4-9a16-3cdc3e47bb00.pdf>

власного вибору респондентів; прямий та негайний контакт громадян та держави; «збори електронного міста»; визначення порядку денного як критичне питання; технологічне відставання між громадянами та їхніми представниками; одновекторна модель.

Це модель типу «pull»: ІКТ полегшують донесення думок громадян урядові; інформація трактується як ресурс, який може використовуватися для створення «кращого» уряду; завдяки використанню ІКТ уряд збирає точки зору громадян, які можуть бути використані при розробці політик. Технологічне забезпечення доступу є вагомим елементом, бо саме так можуть встановлюватися зв'язки між урядом та громадянами. Проблема консультативної моделі полягає в нерівному доступі усіх громадян до ІКТ; як наслідок, не усі точки зору можуть бути представлені при обговоренні. Окрім цього, уряд може просувати інтереси окремої групи, а іншим громадянам про це невідомо, хоча ці інтереси можуть суттєво впливати на усіх. Як і в попередній моделі інформація трактується як пасивний ресурс, бо обговорення «вмонтовуються» у порядок денний, визначений політиками. Думки, які суперечать обраній політиці, можуть подаватися як «ідеологічно залежні» чи спровоковані поганою поінформованістю.

3. Модель участі (Participatory model): громадянське суспільство існує поза державою і електронний зв'язок виступає посередником; добровільні асоціації, спонтанна взаємодія у кіберпросторі; достатній доступ для заохочення ширшої політичної участі; держава захищає свободу висловлювання та право на самовираження; демократія участі замінить адміністративну та консультативну моделі в інформаційному суспільстві; дискурсивна модель.

Дві попередні моделі наголошували на вертикальних потоках комунікації держави та громадян, модель участі базується на комплексній багатосторонній взаємодії. Широка участь громадян завдяки відкритому програмному забезпеченню заважає поширенню неправдивої інформації державою чи великими корпораціями. У моделі акцентується увага на тому, що знання є

змінним, залежить від обставин і з'являється лише завдяки взаємодії. У моделі участі взаємодія розглядається як основа демократії: формування точок зору та політична діяльність на форумах, групах чи у нових віртуальних спільнотах розвивають та поживляють громадянське суспільство.

Не лише демократичний уряд має бути обізнаний із функціями публічної сфери. Ворожа громадська думка може загрожувати як демократичним, так і авторитарним режимам. В останньому випадку така громадська думка може створити підпілля і поступово руйнувати політичний устрій. Через мобілізацію громадської думки опозиційні групи можуть отримати суттєву підтримку та визначити пропозиції щодо реформ, які уряд змушений буде брати до уваги. У найгіршому випадку групи, що сіють незгоду, можуть ламати публічну сферу, створюючи політичний хаос і навіть насилля.

Політики стверджують, що не завжди доречно слідувати громадській думці, припускаючи, що люди часто не знають, або байдужі щодо питань державного управління, і в такому випадку слідування громадській думці може навіть зашкодити добробуту громадян. Саме міцна та відкрита публічна сфера – засіб проти непоінформованої точки зору. Ідея демократії базується на припущенні, що якщо громадяни освічені, мають доступ до релевантної інформації, спроможні осмислити питання, то вони мають право висловити свою точку зору з приводу того, яке має бути керівництво.

Законність уряду базується на підтримці людей. Національна єдність, чи принаймні, консенсус уможливорює ефективний вплив політики. Справжня підтримка громадянами урядових програм та реформ є передумовою їх успіху. Активні та поінформовані громадяни роблять цінний внесок у процес управління, сприяючи покращенню якості та ефективності публічної служби.

Отже, урядовці повинні відчувати своє зобов'язання перед правом громадян бути поінформованими про нормативні документи, ЗМК повинні гарантувати виконання своєї демократичної ролі без політичного та економічного тиску; освіченість та грамотність сприяють зацікавленості громадян у публічних справах та участі в управлінні. Політика має досягати

цих цілей, щоб сприяти публічній сфері, яка, у свою чергу, сприяє хорошому, демократичному та підзвітному управлінню, яке, у свою чергу, можливе за умови ефективної комунікаційної політики.

## § 5. Типи суспільних комунікацій

Суспільна комунікація зорієнтована на поширення думок чи ідей для певної групи; вона може використовувати різні форми й методи подачі інформації, що дає змогу вести мову про такі типи суспільної комунікації:

**1. Вербальні комунікації** – це такі мовні комунікації, що здійснюються за допомогою слів; це різні взаємодії з метою обміну інформацією, при яких застосовуються словесні символи та знаки (розмова й слухання, читання і письмо).

У процесі спеціальних досліджень встановлено, що в середньому людина витрачає на слухання – 29,5%, говоріння – 21,5%, письмо – 10% свого часу. У ситуаціях ділового спілкування адміністратор витрачає свій робочий час таким чином: 16% – читання, 9% – письмо, 45% – слухання, 30% – розмови.

Для успішної вербальної комунікації слід пам'ятати, що

- кожна мова неоднорідна за своїм складом;
- у ній існують помітні розбіжності, характерні для різних соціальних груп суспільства (професійні, поселенські, територіальні, освітні та інші особливості);
- у різних комунікативних ситуаціях використовують різні мовні засоби;
- треба володіти нормами літературної мови, використовувати мовні засоби з урахуванням ситуації й мети спілкування, володіти різними видами мовної діяльності, уміти кваліфіковано вести бесіду, володіти основами культури мови, вміти не тільки говорити, але й слухати.

Вербальні комунікації можуть бути діалогічними й монологічними. *Типовими різновидами вербальних монологічних комунікацій* є<sup>35</sup>:

- 1) інформаційна промова, яка має на меті не лише спонукати до пізнання, але й дати певне уявлення про предмет (наприклад, оголошення, виступи на оперативних нарадах, лекції, відповіді на екзаменах). Інформаційна промова має відповідати таким вимогам: у ній не повинно бути нічого дискусійного; вона повинна викликати інтерес, задовольняти запити аудиторії; повідомлення повинно бути актуальним; 2) переконувальна промова, мета якої – з'ясувати, що є правдою, чи що слід робити; оратор будь-якими методами переконує погодитися з ним у спірному питанні. Для правильної організації такої промови слід пам'ятати таке: необхідно обирати дійсно спірне питання; визначити змістовну тему; зупинитися на питаннях, які можна вирішити; 3) розважальна промова не має іншої мети, крім розважання, її функція – підтримати інтерес. Такий вид комунікації може застосовуватися під час банкетів, дружніх вечірок, під час перерви, для зняття психологічної напруги тощо. Це виступи гумористів, оповідачів анекдотів і смішних історій; 4) вітальна промова (ювілеї осіб або організацій, пам'ятні дати та визначні події, відкриття пам'ятників та меморіальних дощок, відкриття виставок, зустрічі делегацій, гостей, вручення нагород, презентації), яка вимагає певної емоційності і особливо точного врахування специфіки слухачів, характеру події та обстановки. Вона має таку структуру: звернення, слова вітання, коротка характеристика події, успіхи, досягнення, побажання.

Залежно від характеру знань партнерів *діалогічну суспільну комунікацію* поділяють на: 1) інформаційну, яка характеризується наявністю до початку діалогу розриву в знаннях партнерів; 2) інтерпретаційну, яка характеризується тим, що знання в партнерів приблизно однакові, але отримують різну інтерпретацію. Залежно від цілей та завдань суспільної комунікації діалог може мати такі різновиди: ділова бесіда, співбесіда, інтерв'ю, переговори.

---

<sup>35</sup> Карпчук Н.П. Теорія та практика комунікацій : навчальний посібник / Н. П. Карпчук. – Луцьк : Східноєвроп. нац. ун-т імені Лесі Українки, 2013. – С. 82-85.

**2. Невербальні комунікації** – це позамовні комунікації, що ґрунтуються на різноманітних знакових системах. Згідно з особливостями цих систем розрізняють такі різновиди невербальних комунікацій: 1) *оптико-кінетичні* – це сукупність таких засобів комунікації, як жести, пози, рухи тіла, моторика обличчя; 2) *фонаційні* – тон мови, голосність, темп, паузи, заповнювачі пауз («е-е», «м-м»), якісні ознаки голосу (тембр, висота, діапазон), особливості вимови (діалект, хриплість голосу, присмоктування тощо); 3) *графічні засоби письмової комунікації* (схеми, види шрифтів, графіки тощо); 4) *ситуативні зміни невербальної комунікації*: дистанція, що обирається співрозмовниками; тривалість погляду, рукостискання; першість у вітанні; зовнішній вигляд (зокрема одяг); «кольорові» засоби комунікації.

Вважають, що 60 – 80 % інформації під час спілкування людей передається через невербальні засоби і лише 20 – 40 % – через вербальні. Експерименти підтвердили: рухи тіла передають 55 % інформації, голос – 38 %, слова – усього 7 %. Невербальні повідомлення можуть передавати різноманітну інформацію: про особу комунікатора (темперамент, емоційний стан у момент комунікації, особистісні якості, самооцінку тощо), про ставлення комунікаторів один до одного та до комунікативної ситуації (наскільки їм комфортно у цій ситуації, чи цікаве їм повідомлення, чи хочуть вони вийти із ситуації)<sup>36</sup>.

Невербальні повідомлення синтетичні, які важко розкласти на окремі складові (на відміну від вербальних компонентів – слів, фраз, речень тощо). Як правило, невербальні повідомлення мимовільні, спонтанні і практично не піддаються контролю. Невербальну мову люди успішно засвоюють у природних умовах через спостереження, копіювання, наслідування (а говорити навчають спеціально). Однак слід пам'ятати, що невербальні сигнали, як і національні мови, можуть мати національну специфіку й різне тлумачення у різних культурах, наприклад існують такі відмінності у розумінні жестів:

---

<sup>36</sup> Тихомирова Є., Карпчук Н. Зв'язки з громадськістю : [підруч. для студ. вищ. навч. закл.] / [Є. Тихомирова, Н. Карпчук]. – Луцьк : Волин. нац. ун-т. ім. Лесі Українки, 2012. – С. 143.

- *«палець у скроні»*: в Україні – «ти з'їхав з глузду», у Франції «ти говориш розумні речі», у США – «я знаю, що я роблю»;

- *«дуля»*: в Україні – «ти нічого не отримаєш», у Португалії та Бразилії – жест захисту, в арабських країнах – брутальний знак сексуальної зневаги;

- *«піднятий догори великий палець»*: в Україні – «добре, чудово», у США, Сполученому Королівстві, Скандинавських країнах – голосування на дорозі чи «у мене все гаразд»;

- *«середній палець, різко випростаний догори»*: в Україні, США, Західній Європі – сексуальна образа, нецензурна лайка, у Греції – «закрий рота»;

- *«круг, утворений пальцями руки»*: в Україні та Франції – «у мене нічого немає», у США – «все гаразд», в Японії – гроші, у деяких середземноморських країнах так позначають гомосексуального чоловіка;

- в Австралії, Новій Зеландії, Великобританії два розведених пальці (вказівний і середній) і долоня, повернута від себе – знак перемоги; але якщо долоню повернути до себе, то жест означатиме «пішов ти». Європейці сприймають цей жест незалежно від положення долоні, як знак перемоги;

- європеець, кажучи про себе, показує на груди, японець – на ніс;

- українці, рахуючи, загинають пальці руки у кулак, американці, німці – розгинають пальці.

Вербальні й невербальні комунікації застосовують у різних ситуаціях впливу на групи й маси.

Залежно від ситуації й цілей суспільні комунікації можуть бути:

**3. Мас-медійні комунікації.** Масове спілкування, у середовищі якого функціонує масово-інформаційна індустрія, що пов'язана з використанням засобів комунікації (преси, телебачення, радіо, інтернет-видань) і передбачає виконання суспільно важливих завдань, спрямованих на забезпечення суспільства інформацією, – модифікується у мас-медійні комунікації, до яких належать телевізійні, радіо-, пресові та електронні комунікації.



Підготовка будь-якого інформаційного матеріалу відбувається, як правило, в системі суспільно-політичних, культурологічних, наукових, фахових (медичних, інженерних, економічних і т. д.) чинників, які й визначають тему й спонукають журналістів до роботи. Актуальність теми визначається зв'язком із сьогоденням, зацікавленістю аудиторії. Для цього журналісти намагаються моніторити соціум стосовно його проблем, потреб; вони зосереджені на їх розкритті й пошуку нових, часто сенсаційних, фактів.

У створенні медіа-продукту беруть участь такі дві основні групи комунікаторів:

- *«редакції»* – безпосередні творці та передавачі текстів. «Редакції» поділяються на журналістів та піарменів (збирають первинну інформацію, створюють первинний текст і виступають перед аудиторією), «техніків» (забезпечують матеріалізацію тексту, його розмноження, зберігання та передачу; ця група включає дикторів, операторів, працівників типографії, інженерів, програмістів, дизайнерів тощо). У групі «редакція» домінують журналісти й піармени, бо саме вони здійснюють пряме спілкування з аудиторією. Згідно Р. Дебре, сучасному журналісту притаманні такі риси: певний ступінь політичної активності; усвідомлення себе представником «четвертої влади»; часткова деідеологізація; поєднання різних інтересів та ідей; орієнтація на максимально можливу об'єктивність як вимогу професійної етики; пошук суспільного консенсусу; відчуття тиску з боку певних індивідів, громадсько-політичних сил та громадської думки;

- *«видавці»* – власники, акціонери, менеджери, спіндоктори та інші особи, які визначають головні цілі органу інформації; політичні консультанти та представники служб дослідження громадської думки, які здійснюють великий вплив на інформаційну політику ЗМК. «Видавців» поділяють на «медіократів» – власників ЗМК, та спіндокторів – як правило, не власників ЗМК, а тих, хто завдяки власному авторитету, владі, знайомству з журналістами та хорошій обізнаності з інформаційною інфраструктурою мають змогу впливати на підготовку інформаційних повідомлень, їх відбір та способи висвітлення. Разом

з журналістами спіндоктори створюють чи видозмінюють тексти репортажів. Медіократи здійснюють контроль за інформаційною політикою, використовуючи адміністративні ресурси.

Усі медіа-повідомлення класифікуються за жанровими особливостями та призначенням: художні (драми, оповідання, концерти тощо); наукові (наукові статті, наукові доповіді, дискусії тощо); публіцистичні (новини, репортажі, коментарі, нариси тощо). Саме «видавці» визначають кількість повідомлень того чи іншого жанрового спрямування чи повністю надають перевагу одному із жанрів і в такий спосіб визначають профіль ЗМК відповідно до власних інтересів. Більшість ЗМК надають перевагу публіцистичним повідомленням.

**4. Віртуальні комунікації.** Використання сучасних засобів комунікації призвело до зміни уявлень про роль особи в процесі прийняття важливих політичних рішень. Інтернет став чинником політичної та культурної глобалізації; його доступність та відкритість дає змогу здійснювати відкриту комунікацію будь-яким користувачам, конструктивна й деструктивна критика яких стимулює власників інформаційних ресурсів до усвідомлення необхідності еволюційних змін. Завдяки віртуальній комунікації будь-хто може одночасно бути і комунікантом і комунікатором у різноманітних комунікативних ситуаціях.

Віртуальна (інтернет-) комунікація – спілкування за допомогою глобальної комп'ютерної мережі Інтернет. Така комунікація виявляється у двох аспектах: 1) здійснення обміну інформацією між різними суб'єктами комунікації за допомогою голосу, відео, текстових повідомлень, документів, файлів тощо (наприклад, системи інтернет-магазинів, інтернет-банкінгу тощо); 2) спілкування між комунікаторами-людьми (наприклад, соціальні мережі, форуми, чати).

Зростання можливостей для взаємодії між різними суб'єктами, засноване на безперервному збільшенні швидкості й обсягів переданої інформації, робить учасників взаємодії більш вибірковими. Трансформуються способи й методи обміну інформацією, відбувається помітне спрощення існуючих мовних

засобів. Виникають нові скорочені варіанти слів, в інтернет-просторі менш суворо дотримуються лексичних та граматичних норм. Усе це, з одного боку, прискорює процес взаємодії, а з іншого – призводить до проблеми коректності сприйняття подібних повідомлень усіма учасниками комунікації.

Для віртуальної комунікації властиві такі характеристики: 1) анонімність, невидимість і відчуття безпеки. Дж. Сулер зазначає, що в такого типу комунікації є ефект вільного спілкуванні, у межах якого можливі дві реалізації: вихід негативних емоцій і задоволення деструктивних потреб (ображення інших, взламів сайтів) або реалізація можливості бути відвертим; 2) одночасно із конструюванням власної віртуальної особистості комунікатор створює образ співрозмовника, який майже завжди не відповідає дійсності, оскільки інформацію, якої не вистачає, домислюють; 3) обмежене сенсорне переживання, складність у вираженні емоцій, що частково компенсується спеціально розробленою знаковою системою (наприклад, емотиконами); 4) можливість ініціювати тему розмови й здійснювати вплив на велику аудиторію<sup>37</sup>.

Завдяки новим технологіям Веб 2.0 та Веб 3.0 з'являється нова форма комунікації – віртуальна (масова) самокомунікація, яка є мультимодальною, дає змогу переформатовувати її зміст завдяки безкоштовному вільному доступу до програмного забезпечення та поширеного безпроводового зв'язку. Зміст такої комунікації поповнюється та керується користувачами в плані повідомлень та обирається користувачами в плані отримання повідомлень «від багатьох – багатьом». Такі віртуальні (само)комунікації створюються через SMS, блоги, відеоблоги, підкасти, вікі-сторінки, лайки; файлообмінники та пірингові мережі сприяють циркулюванню, змішуванню та переформатуванню будь-якої цифрової інформації. Як наслідок, зникають посередники на шляху передачі інформації<sup>38</sup>.

---

<sup>37</sup> Сулер Дж. Люди превращаются в Электроников: основные психологические характеристики виртуального пространства [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://flogiston.ru/articles/netpsy/electronic>

<sup>38</sup> Карпчук Н. П. Засади комунікаційної політики: досвід країн-членів Європейського Союзу: монографія / Н. П. Карпчук. – Луцьк : Вежа-Друк, 2015. – С. 31.

**5. ПР-комунікації.** Паблік рилейшинз (public relations – PR, зв'язки з громадськістю) є видом суспільної діяльності, пов'язаної з формуванням потрібної громадської думки стосовно певної організації чи особи; вони покликані впливати на громадськість насамперед через канали комунікації та за допомогою ЗМК.

*Головна мета ПР-комунікацій – здійснення двостороннього спілкування для з'ясування спільних уявлень чи інтересів і досягнення взаєморозуміння, що ґрунтується на правді, знанні та повній поінформованості. Основні напрями досягнення цієї мети: 1) дослідження комунікативного простору – середовища існування конкретної організації та її основного елемента – громадськості (це сукупний суб'єкт соціальної комунікації, що представлений окремими людьми, соціальними групами, інститутами або організаціями, які сприймають інформацію щодо певного комуніканта та реагують на неї); 2) вплив на громадськість з метою гармонізації відносин між нею та організацією.*

За допомогою ПР-комунікації: здійснюють плановий і постійний зв'язок між організацією і громадськістю, підтримують нормальні відносини; проводять моніторинг свідомості, думок, ставлень і поведінки як усередині організації, так і поза нею; аналізують вплив політики на спільноту; модифікують елементи політики, процедури і дії, якщо вони суперечать інтересам спільноти і діяльності певної організації; апробовують нові прийоми політики, дій і впливів на спільноту; здійснюють зміни в ставленнях, поведінці всередині певної організації й поза нею; формують нові чи закріплюють старі зв'язки між організацією і спільнотою тощо.

Для виконання цих функцій використовують різноманітні засоби, прийоми, інструменти, найдієвішими серед яких є прес-конференції, виставки, презентації, інтерв'ю, буклети, статті, веб-сторінки в Інтернеті тощо.

Усі функції спеціалістів з паблік рилейшинз поділяють на чотири групи<sup>39</sup>:

---

<sup>39</sup> Тихомирова Є., Карпчук Н. Зв'язки з громадськістю : [підруч. для студ. вищ. навч. закл.] / [Є. Тихомирова, Н. Карпчук]. – Луцьк : Волин. нац. ун-т. ім. Лесі Українки, 2012. – С. 42-43.

1) *функції збирання й аналізу інформації*: дослідження громадської думки, аналіз статистичних даних, узагальнення результатів соціологічних, психологічних та інших досліджень; вивчення документів (юридичних, економічних, політичних тощо); сканування публікацій у пресі з важливих для організації питань; підготовка аналітичних записок та рекомендацій керівництву організації; контакти з журналістами, представниками органів управління й інвесторами, соціальними групами, громадськими рухами;

2) *робота з розповсюдження інформації*: підготовка інформаційних матеріалів (брошур, статей, ньюс-релізів) для ЗМІ, органів управління, інвесторів тощо; інформування громадськості про цілі й проблеми організації на прес-конференціях, у ЗМІ, через листування тощо; удосконалення відносин зі споживачами (участь у створенні й розміщенні реклами, просування товарів на ринок, організація спеціальних заходів); інформаційний вплив на депутатів і органи виконавчої влади для прийняття більш досконалих законів та рішень;

3) *забезпечення циклічної діяльності системи PR*: збирання, обробка й аналіз інформації; планування, пов'язане з визначенням цілей, завдань і розробкою плану заходів щодо їх реалізації; забезпечення участі спеціалістів у реалізації запланованих заходів; оцінка ефективності проведення роботи і виконання проблем, які треба вирішувати;

4) *функції PR-мена як посередника між організацією та суспільством*: вираження потреб та інтересів різних соціальних верств; встановлення між соціальними верствами, організаціями і суспільством сприятливих відносин, які забезпечують їх взаємну адаптацію на благо суспільства; прагнення використовувати такі засоби, які б виключали насилля та свавілля; забезпечення людей інформацією про різні сторони життя; сприяння формуванню і стимулюванню морального клімату установи чи організації; допомога керівництву краще формулювати цілі і досягати їх.

**6. Корпоративні комунікації**<sup>40</sup> – це вид інформаційних взаємодій, в які вступають члени організацій для досягнення поставленої мети; вони є різновидом PR-комунікацій. Корпоративні комунікації можуть бути зовнішніми (зосереджені на досягненні маркетингових цілей, послідовному формуванні позитивного іміджу, управлінні корпоративними знаннями, організації взаємодії зі споживачами, інвесторами тощо) й внутрішніми (зорієнтованими на персонал організації). Внутрішні комунікації є засобом покращення умов та ефективності праці й дають змогу вирішити низку традиційних проблем (плинність кадрів, нелояльне ставлення персоналу, конфлікти в колективі, страйки тощо).

Корпоративні комунікації сприяють виконанню таких завдань:

- зміцнення корпоративної прихильності працівників за допомогою цілеспрямованої PR-комунікації, всіх видів спеціальних PR-подій. Такі заходи підвищують відчуття причетності членів організації до її стратегічних установок і цілей, справедливості;

- створення емоційно-психологічних мотиваторів для ефективної праці та корпоративної прихильності співробітників. Це здійснюється за допомогою надання їм своєчасної, повної, об'єктивної інформації, що задовольняє їхні емоційні запити, а також потреби в статусі, самоактуалізації, приналежності до групи;

- зменшення ступеня впливу стресових факторів на команду шляхом оперативного надання відомостей, що знижують стан тривожності та невизначеності;

- інформування співробітників про дієвість конкретних рішень менеджменту, ділову культуру організації загалом.

Фахівці пропонують такий алгоритм налагодження внутрішньої інформаційної діяльності в межах організації: 1) розробка й упровадження корпоративних правил компанії (місія, філософія, корпоративна культура);

---

<sup>40</sup> Тихомирова Є., Карпчук Н. Зв'язки з громадськістю : [підруч. для студ. вищ. навч. закл.] / [Є. Тихомирова, Н. Карпчук]. – Луцьк : Волин. нац. ун-т. ім. Лесі Українки, 2012. – С. 225-252.

2) проведення корпоративних тренінгів (внутрішніх і зовнішніх); 3) регулярне інформування співробітників про досягнення компанії за допомогою внутрішнього бюлетеня або корпоративної газети; 4) налагодження двостороннього зв'язку між керівництвом і персоналом; 5) дотримання корпоративних традицій (день компанії, день народження співробітників, номінація і нагородження кращих по закінченню звітного періоду і т. д.); 6) заохочення участі працівників у прийнятті рішень; 7) створення корпоративного ролика, що розповідає про досягнення компанії та перспективи розвитку бізнесу.

**7. Рекламні комунікації** – це друковані, усні, звукові чи аудіовізуальні види і форми впливу на людей, що мають на меті привернути увагу споживача до одного з багатьох, як правило, однакових товарів чи послуг, створити йому позитивний імідж, щоб він запам'ятався надовго, а найкраще – назавжди.

Для забезпечення ефективності рекламної діяльності фахівці професійно підходять до вивчення реакцій аудиторії на рекламну продукцію. На відміну від мас-медійних комунікацій рекламна комунікація (як і ПР-комунікація) тримається на серйозному вивченні психології людей, їхніх потреб з метою забезпечити ефективний вплив реклами на потенційних споживачів. Реклама більше не обіцяє людині задоволення глобальних бажань, не породжує в неї солодких мрій про суспільство «білих кадилаків». Сучасна реклама пропонує саме той спосіб (стиль) життя, який цінує в даний момент конкретна група споживачів або навіть країна в цілому. Реклама послідовно домагається свідомого сприйняття покупцем рекламного звернення і свідомого здійснення покупки.

Сучасна реклама починається з намагання зрозуміти споживача, його запити й потреби, тому рекламні дослідження проводяться в багатьох галузях: аналіз товару, вивчення ринку, аналіз можливих засобів масової інформації та носіїв комунікації. Однак основою є дослідження характеристик споживачів, вивчення можливих мотивів їхньої поведінки.

Увесь процес рекламної комунікації можна умовно розділити на окремі фази з відповідною поведінкою комунікатив:

1) перед поширенням звернення на так званій фазі кодування розробляється концепція реклами. Цілі реклами, як правило, визначають рекламодавці, спеціальні фірми – рекламні агенції – створюють рекламні звернення;

2) на другій фазі відбувається передача рекламного звернення носієві реклами. Рекламодавець повинен, вибираючи носія реклами, звертати увагу на його популярність у відповідній цільовій групі споживачів;

3) на третій фазі відбувається контакт цільової групи споживачів з рекламним зверненням. Сприйняття та позитивне осмислення інформації залежатимуть від того, наскільки реклама може зацікавити осіб, для яких її зроблено.

Важливу роль у розподілі товарів, а тим самим у впливі на споживача, відіграють торгові посередники і так звані радники: 1) торгові посередники – дистриб'ютори, оптові та роздрібні торговці, дилери, маклери, брокери, які приймають товар від виробників та передають його в розпорядження покупців через канали розподілу; 2) радники – це особи, які завдяки своєму авторитетові, соціальному стану, професії можуть здійснювати вирішальний вплив на придбання товару (послуг) іншими особами. Зарубіжні спеціалісти у групу радників зараховують: пропонентів, тобто осіб, які прямо пропонують вибір специфічних товарів та послуг (учителі, лікарі, архітектори, інженери)і, як правило, нав'язують іншим свій власний вибір; власне радників, які не нав'язують свого вибору, але їхні рекомендації як професіоналів та знавців справляють значний вплив на інших (такими радниками можуть бути також торгові посередники); лідерів, яких наслідують або через їхній соціальний статус (впливові особи, «зірки»), або тому, що бажають увійти до тієї соціальної групи, «моделлю» якої вони є; інституційних суб'єктів впливу (органи державної та виконавчої влади, асоціації споживачів), які найчастіше



дають «негативне пропонування», тобто більше відраджують від покупки, ніж сприяють їй.

На процес прийняття рішення щодо купівлі товару впливає цілий ряд чинників, зокрема: соціальні (референтні групи, сім'я, ролі та статуси); персональні (вік і етап життєвого циклу сім'ї, рід занять, економічне становище, спосіб життя, тип особи та її уявлення про саму себе); культурні (культура, субкультура, соціальний стан); психологічні (мотивація, сприйняття, опанування, переконання та ставлення).

**8. Політичні комунікації** – це процес передачі політичної інформації, завдяки якому вона циркулює від однієї частини політичної системи до іншої і між політичною та соціальною системами. Особливе значення має обмін інформацією між керівниками та їхніми підлеглими. Безпосереднє спілкування політичних лідерів, державних керівників та службовців з масами, з населенням, маючи неформальний характер, несе достатньо точну та об'єктивну інформацію. Президент країни, безпосередньо виступаючи перед депутатами, громадянами, представниками комерційних структур, не потребує коментарів його думок: кожен комунікат через призму своїх інтересів та потреб сприймає його слова та ідеї. Проте можливостей для комунікацій віч-на-віч існує небагато.

Частіше політичні комунікації здійснюються опосередковано. Такими посередниками можуть бути ЗМІ, політичні партії, рухи та організації, лобісти, лідери думок, установи, створені спеціально для здійснення комунікацій – різноманітні інформаційно-аналітичні структури та служби зв'язків з громадськістю.

Суб'єктами політичних комунікацій можуть бути органи державної влади та управління, їхні працівники, органи місцевого самоврядування та їхні працівники, спеціалізовані служби зв'язків з громадськістю, інформаційні установи, політичні партії та рухи, лобістські структури, неполітичні організації та рухи (комерційні, соціокультурні, громадські об'єднання),

громадяни, електорат, лідери думок (вони мають кілька рівнів і відіграють тут значно важливішу роль, ніж в інших комунікаціях).

Здійснення політичних комунікацій відбувається в різних напрямках. Головний напрям: від владних структур до громадян та їхніх об'єднань, значно меншу роль відіграють комунікації у зворотному напрямі: від населення до влади. Комунікації здійснюються між різними державними структурами, між політичними партіями та рухами, між громадянами.

Об'єктом впливу політичних установ та організацій є широкі кола громадськості. Своєю громадськістю для центральних органів влади та управління буде фактично все населення країни. Для місцевої влади – відповідні регіональні спільноти.

Громадськість політичних партій значно менша і залежить як від програмних установок та ідеологічних концепцій, так і від території поширення впливу партії: аграрні партії більшою мірою охоплюють сільськогосподарські райони; робочі партії, як правило, промислові центри; національно зорієнтовані – території компактного проживання певних етнічних та національних груп. Політичні партії, що підтримують великий капітал (типу консервативної партії Великобританії), орієнтуються на одні соціальні групи суспільства, робочі (соціалістичні, соціал-демократичні) партії – на інші соціальні групи.

Політичні комунікації відрізняються від щоденної комунікації і часто пов'язані як із глобальними проблемами суспільства, так і з сьогоденними інтересами громадськості. Це означає, що повідомлення про певні заходи уряду можуть мати успіх лише тоді, коли будуть перекладені на мову потреб звичайної людини. Причому сам «переклад» може бути різним для різних груп людей.

Предметом політичних комунікацій є не лише власне політична інформація, а й неполітичні питання, вирішення яких залежить від органів влади та управління: це більшість проблем щоденного життя – економіка, культура, соціальна сфера. Коли комунікати політичної комунікації чекають на

повідомлення владних структур, їх цікавить не політичне рішення, а його соціально-економічні наслідки.

Політичні комунікації складаються з кількох видів комунікацій, які розрізняються особливостями здійснення комунікаційного процесу та його складовими:

•**владні комунікації** – це комунікації, що здійснюються органами державної влади та управління з іншими політичними та соціальними суб'єктами. Внутрішні владні комунікації передбачають зв'язки між різними органами державної влади та управління (законодавчими та виконавчими органами, центральними та місцевими органами влади, окремими міністерствами і відомствами). Зовнішні владні комунікації мають на меті встановлення зв'язків з недержавними суб'єктами комунікації;

•**партійні комунікації** – це комунікації, у яких роль комуніканта належить будь-якій політичній партії чи політичному руху або партійно-політичному об'єднанню. Спрямовані такі комунікації на різні соціальні суб'єкти – певні соціальні групи, інститути суспільства та соціальні організації, а також на інші партії, політичні рухи та об'єднання. Партійні комунікації пов'язані з іншими видами політичних комунікацій, проте значно відрізняються від них і головною метою, і завданнями, і технологією здійснення комунікацій;

•**виборчі комунікації** є важливою складовою владних та партійних комунікацій, пов'язані із взаємодією різних соціальних та політичних суб'єктів під час підготовки і проведення будь-якої виборчої кампанії;

•**лобістські комунікації** – специфічний вид владних комунікацій, пов'язаний із впливом та тиском на представників влади з боку різноманітних соціальних груп з метою захисту їхніх інтересів під час прийняття тих чи інших рішень органами державної влади та управління.

## **9. Пропагандистсько-агітаційні комунікації.**

**Пропагандистська комунікація** є різновидом суспільної діяльності, пов'язаної з масовим переконанням у правильності чи неправильності тих або

інших ідей, думок, понять, принципів. Для досягнення своїх цілей пропаганда може відкидати деякі важливі факти або спотворювати їх, а також відвернути увагу аудиторії від інших джерел інформації. Масова комунікація дає змогу пропагандистам максимально ефективно досягати своєї мети.

На відміну від PR пропаганда спрямована на зміни в громадській думці, масовій свідомості стосовно явищ ідеологічного характеру. PR пов'язані теж зі змінами громадської думки чи масової свідомості, але стосовно конкретних організацій або осіб, зі створенням необхідного іміджу. Крім того, фахівці з PR відзначають, що піарники «працюють» із комунікаційною правдою, тобто тією частиною відображеної реальності, яка може становити інтерес для комуніката. Пропагандисти ж можуть свідомо вдаватися до міфотворчості й поширювати неточні або неперевірені факти.

Однак пропаганда не завжди є деструктивною. За психологічним впливом вона може бути й позитивною, її мета – сприяти соціальній гармонії, згоді, вихованню людей відповідно до загальноприйнятих цінностей. Позитивна пропаганда виконує виховну й інформаційну функції в суспільстві (пропаганда здорового способу життя, престижності військової професії тощо) і не переслідує маніпулятивних цілей.

Для пропаганди необхідна ідея, цільова аудиторія і засоби, щоб донести ідею до цільової аудиторії. Що стосується змісту ефективної пропаганди, то виділяють такі критерії: 1) наявність центральної тези; 2) легкість для розуміння цільовою аудиторією; 3) складність для критики (обґрунтованість тез, їх несуперечність тощо).

Має дотримуватися баланс між доступністю для розуміння та стійкістю до критики, інакше ідеї будуть незрозумілі значній частині цільової аудиторії чи стануть дуже уразливі для контрпропаганди. Ефективне пропагандистське повідомлення повинно складатися з 1) інформації про факти і їх оцінку та 2) заклику, мета якого – об'єднати людей навколо певної ідеї чи справи.

**Агітаційна комунікація** обслуговує потреби агітаторів, їхню діяльність, спрямовану на заклик, заохочення. На відміну від пропагандистської

комунікації, яка передбачає отримання позитивного результату у вигляді переконаного комуніката, агітаційна обмежується проявом готовності збоку комуніката певним чином діяти, виявом зацікавлення до чогось чи когось. Тому саме комуніканти відіграють важливу роль в агітаційній комунікації. Вони повинні володіти такими рисами: 1) відповідальність, яка базується на партійному обов'язку, фінансовому стимулюванні, на людській чесності та старанності; 2) здатність до психологічних імпрровізацій (вміння «полювати за душами»), уміння легко й експромтом знайти підхід до різних комунікатів (ефективними агітаторами стають люди «комунікативних професій»: вчителі, викладачі, страхові агенти, профспілкові діячі, колишні військові тощо); 3) особиста власна віра в свою партію та кандидата.

**10. Міжкультурна комунікація<sup>41</sup>** – сукупність різноманітних форм відношень та спілкування між індивідами та групами, які належать до різних культур; це комунікація в спеціальному контексті, коли один учасник знаходить культурну відмінність іншого.

При першому контакті з чужою культурою людина володіє досить малим обсягом інформації про нове культурне середовище, не має чітких уявлень про прийняті в даній культурі норми поведінки і тому приписує символам і знакам в повідомленні інше значення, ніж уклад комунікант, переоцінює чи недооцінює поведінку оточення. У таких ситуаціях виникають **три типи невизначеності**: 1) когнітивна невизначеність – людина не може точно знати уявлень та установок свого партнера; 2) поведінкова невизначеність – людина не може передбачити поведінку свого партнера; 3) емоційна невизначеність – психологічний стан, у якому людина відчуває хвилювання, що її неправильно зрозуміють, негативно оцінять, нанесуть шкоду її Я.

Дослідження західних учених з проблем комунікативної невпевненості встановили, якщо невпевненість буде надто великою, людина буде або уникати спілкування, або, перш за все, буде турбуватися, яке враження справляє на

---

<sup>41</sup> Грушевицкая Т.Г. Основы межкультурной коммуникации : Учебник для вузов / Т.Г. Грушевицкая, В.Д. Попков, А.П. Садохин. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2002. – С. 140-153.

співрозмовника і не буде думати про сам акт комунікації. Однак якщо хвилювання не буде зовсім, то людина теж перестане думати про процес спілкування, не звертає уваги на співрозмовника і втрачає стимули нормальної комунікації, бо покладається на відомі стереотипи і неправильно сприймає поведінку іншої людини. Отже, ефективній комунікації повинен бути властивий певний оптимальний рівень невизначеності.

Наукове вирішення проблеми комунікативної невпевненості було запропоноване К. Бергером, який розробив **теорію редукції невпевненості**. Основна ідея його концепції: комунікатори хочуть точніше знати, чого їм очікувати від спілкування з іншою людиною – винагороди чи покарання, нормальної чи девіантної поведінки, а також вміти правильно визначати початок та кінець акту комунікації. Зменшення (редукція) невпевненості полягає в побудові припущень (до початку комунікації) та інтерпретація дій після завершення. Редукція невпевненості – двоєдиний процес, який відбувається на когнітивному рівні (зменшення невизначеності) та емоційному рівні (контроль хвилювання та невпевненості). Ці прагнення властиві всім учасникам комунікації і мотивують їх до спілкування.

Загалом виділяють *три стратегії редукції невпевненості*: 1) *пасивна* – спостереження за іншими без втручання в процес спілкування (порівняння, з'ясування реакцій та певні стимули тощо); 2) *активна* – людина задає запитання іншим про об'єкт свого інтересу і отримує необхідну для спілкування інформацію; 3) *інтерактивна* – безпосередня взаємодія з партнером по комунікації, коли задаються запитання, відбуваються спроби саморозкриття тощо. Це найоптимальніша стратегія.

Існує низка факторів, які зменшують невпевненість та невизначеність при контакті з представниками інших культур: позитивні очікування при контакті з представниками інших культур; схожість між групами, що контактують; поради та зауваження з боку представників інших груп; тісніші особисті відносини з представниками інших груп; краще знання мови групи, з якою знаходишся в контакті; здатність до самоспостереження; глибокі знання чужої культури;

велика терпимість до невизначеності; установка на ефективність спілкування та адаптацію до чужої культури.

Стресогенний вплив нової культури на людину спеціалісти називають **культурним шоком** (термін уведений К. Обргом у 1960 р.). Сьогодні вважають, що досвід нової культури є неприємним чи шоківим, з одного боку, бо є неочікуваним, а з іншого, бо може призвести до негативної оцінки власної культури<sup>42</sup>.

Виділяють *шість форм прояву культурного шоку*: 1) напруження через зусилля, які докладаються для досягнення психологічної адаптації; 2) відчуття втрати, бо людина залишила своїх друзів, статус, професію, власність; 3) відчуття самотності в новій культурі, яке може перетворитися в заперечення цієї культури; 4) порушення рольових очікувань та відчуття само ідентифікації; 5) тривога, яке переростає в огиду після усвідомлення культурних відмінностей; 6) відчуття неповноцінності через неспроможність справитися із ситуацією.

Сучасні дослідники розглядають культурний шок як нормальну реакцію, як частину звичайного процесу адаптації до нових умов. К. Оберг стверджував, що люди проходять через певні ступені переживання культурного шоку і поступово досягають задовільного рівня адаптації. Сьогодні запропонована модель кривої адаптації (U-подібна крива), в якій виділяють п'ять ступенів адаптації:

**I** – цей період називають «медовим місяцем», бо більшість іммігрантів прагнуть навчатися та працювати за кордоном, і, опинившись там, сповнені ентузіазму та надій. Окрім цього, часто до їх приїзду готуються, на них чекають, спочатку вони отримують допомогу та мають деякі привілеї.

**II** – незвичне довкілля та культура, нерозуміння місцевих жителів починають негативно впливати на іммігранта. Результатом стає розчарування,

---

<sup>42</sup> Грушевицкая Т.Г. Основы межкультурной коммуникации : Учебник для вузов / Т.Г. Грушевицкая, В.Д. Попков, А.П. Садохин. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2002. – С. 261-265.

фрустрація і навіть депресія. У цей період іммігранти намагаються втекти від реальності, спілкуючись переважно із земляками та скаржачись на своє життя.

**III** – критичний етап, культурний шок досягає свого піку. Це може призвести до фізичних та психічних захворювань. Саме на цьому етапі багато іммігрантів повертаються до дому. Однак ті, хто знаходять сили подолати культурні відмінності, вчать мову, знайомляться з місцевою культурою, заводять місцевих друзів, від яких отримують необхідну підтримку.

**IV** – з'являється оптимістичний настрій, людина стає впевненою та задоволеною своїм положенням в новому суспільстві та культурі. Пристосування та інтеграція в життя нового суспільства просувається успішно.

**V** – повна адаптація до нової культури. Залежно від факторів, що впливають на процес адаптації, він може тривати від кількох місяців до 4 – 5 років. Через коротку тривалість перебування в чужій країні, туристи не відчують культурного шоку.

Цікаво, що коли успішно адаптована в чужій культурі людина повертається на батьківщину, вона проходить процес реадаптації до своєї власної культури і відчуває шок повернення (запропонована W-подібна крива реадаптації): спочатку людина радіє поверненню, зустрічі з друзями, однак потім помічає, що певні особливості власної культури здаються дивними та незвичними, і лише потім знову пристосовується до життя вдома.

Ступінь культурного шоку та тривалість міжкультурної адаптації залежать від двох груп факторів:

• *внутрішніх (індивідуальних)*: *вік* (чим старша людина, тим повільніше вона сприймає моделі нової культури, тим довший культурний шок і тяжча адаптація); *стать* (вважалося, що жінки тяжче адаптуються, однак це стосується лише жінок з традиційних суспільств, основне заняття яких – вести домашнє господарство та мінімально спілкуватися з новими людьми. Сьогодні науковці вважають, що важливішим для адаптації є фактор освіти: чим вона вища, чим швидша адаптація); *особистісні характеристики* (професійна компетентність, висока самооцінка, комунікабельність, екстравертність,



відкритість для різних поглядів, інтерес до людей, схильність до співпраці, терпимість до невизначеності, внутрішній самоконтроль, сміливість та наполегливість, емпатія);

•*зовнішніх (групових): мотиви до адаптації* (найсильніші – це прагнення переїхати до іншої країни і швидко стати повноправним членом нової культури); *досвід перебування в інокультурному середовищі; наявність друзів; культурна дистанція* (наприклад, погано адаптуються представники великих держав, як вважають, що пристосовуватися повинні не вони, а до них); *умови країни перебування* (доброзичливість місцевих жителів, економічна та політична стабільність, рівень злочинності).

**11. Міжнародна комунікація**<sup>43</sup> – це різноманітні аспекти відносин через обмін інформацією між національними, етнічними, культурними чи іншими групами чи співтовариствами як на міждержавному, так і на внутрідержавному рівнях. Такі відносини завжди реалізуються в публічній сфері та часто пов'язані з процесами формування нації і створення колективної ідентичності. Міжнародна комунікація протікає у сфері міжнародних відносин, де у полі зору перебувають такі важливі питання як попередження, запобігання, вирішення конфліктів, мирні переговори та угоди, контроль за озброєнням, геополітичні та стратегічні проблеми, іноземна політика, економічний розвиток та його відношення до проблем безпеки, довкілля, міжнародна реакція на надзвичайні ситуації тощо.

Міжнародні комунікації є особливим об'єктом, бо:

- протікають у ситуації умовно незалежного комунікативного ланцюга, де не існує всесвітнього уряду;
- комунікація відбувається між принципово різними структурами, між якими часто не співпадають коди та національні картини світу;
- піддаються більш жорсткому контролю, ніж внутрішні комунікації, що потребує більшої відповідності коду;

---

<sup>43</sup> Почепцов Г. Теория коммуникации / Г. Почепцов. – М. : «Рефл-бук», К.: «Ваклер», 2001. – С. 567-600.

- досить часто протікають в агресивному середовищі, коли існує потреба розв'язання конфліктних ситуацій;

- навіть реалізуючись у непрямому виді, наприклад, через фільми, літературу, інші прояви масової культури, можуть виступати певним силовим центром.

Міжнародна комунікація здійснюється через

*традиційну дипломатію*, яка є основною формою підтримання офіційних відносин між державами відповідно до норм та дипломатичної практики міжнародного права, найпоширенішою формою участі держави у міжнародному співробітництві. Дипломатичні відносини покликані сприяти розвитку ділового партнерства та дружніх взаємин між країнами, підтриманню міжнародного миру та безпеки, та

*публічну дипломатію* як форму зовнішньополітичної діяльності, пов'язану з представництвом інтересів держави або різних державних об'єднань через відповідні легітимні інституції (міністерства, відомства, комітети), що виражають суверенну волю нації, користуючись наданими їм повноваженнями в межах державного законодавства та міжнародно-правових актів. Методами публічної дипломатії є медіа-дипломатія, віртуальну дипломатія, громадську дипломатія, зв'язки з громадськістю. (Детальніше про специфіку міжнародної комунікації – у Розділі 7)

**12. Стратегічні комунікації<sup>44</sup>.** Різновидом міжнародних комунікацій є стратегічні комунікації. Стратегічні комунікації в міжнародних відносинах розглядаються як інтегровані комунікативні технології, спрямовані на забезпечення міжнародної взаємодії і формування тривалих формальних та неформальних зв'язків між урядовими інститутами, міжнародними акторами, дипломатичними установами і політичними лідерами з метою реалізації політичних, економічних, безпекових, культурних, соціальних і гуманітарних ініціатив і проектів. Наразі стратегічні комунікації вважаються невід'ємним та

---

<sup>44</sup> Макаренко Є. А. Стратегічні комунікації в міжнародних відносинах [Електронний ресурс] / Є. А. Макаренко. – Режим доступу: [http://journals.iir.kiev.ua/index.php/pol\\_n/article/view/3117](http://journals.iir.kiev.ua/index.php/pol_n/article/view/3117)

ефективним механізмом зовнішньої політики та національної безпеки провідних держав світу, одними з найбільш ефективних інструментів просування геополітичних і національних інтересів на міжнародній арені.

Поняття «стратегічні комунікації» сформувалося в міжнародних безпекових організаціях, а в останнє десятиліття набуло поширення в офіційних документах Державного департаменту та Департаменту оборони США, в яких трактувалося як «сфокусовані зусилля, спрямовані на розуміння і залучення ключових цільових аудиторій у створення, зміцнення і збереження сприятливих умов для розширення інтересів, політики і завдань через реалізацію координаційних програм, планів, тем, ключових повідомлень і синхронізованих продуктів з використанням всіх інструментів державної влади». Тобто, американське визначення стратегічних комунікацій трактується як національний ресурс «управління дипломатією, інформацією, збройними силами та економікою, що охоплює всіх міжнародних акторів» і містить системну оцінку значущості стратегічних комунікацій у зовнішній і безпековій політиці країни.

У численних дослідженнях в основному виділяють три складові стратегічних комунікацій: 1) публічна дипломатія як комплекс заходів, спрямованих на вивчення та інформування зарубіжної аудиторії і встановлення контактів; 2) зв'язки з громадськістю як управління громадською думкою, формування відносин суспільства і державних органів або корпоративних структур для об'єктивного осмислення соціальних, політичних або економічних процесів; 3) інформаційно-психологічні операції як сплановані форми і методи поширення інформації для здійснення певного впливу на установки і поведінку спільноти. Такі операції, зазначається у публікаціях, складаються з політичних, військових та ідеологічних заходів, що передбачають зміну поведінкових і емоційних установок певних груп суспільства і окремих осіб у бажаному напрямку і здійснюються в контексті державної політики як стратегічні комунікації, а їх військовий аспект координується з діяльністю відповідних урядових установ. Тобто, розуміння

важливості стратегічних комунікацій для забезпечення національних інтересів, підкреслюють фахівці, сприятиме їх ефективному використанню у практиці міжнародній взаємодії.

Ключовими компонентами процесу реалізації стратегічних комунікацій вважають: розуміння владою інтересів суспільства, його інформування та залучення для просування інтересів і цілей через вплив на сприйняття, настанови, переконання та поведінку; узгодження дій, зображень, висловлювань на підтримку політики й планування з метою досягнення всеосяжних стратегічних цілей; визнання того, що всі операції і види діяльності є важливими компонентами процесу комунікації, оскільки мають передбачувані й непередбачувані наслідки для різних спільнот; визнання того, що стратегічні комунікації є невід'ємною частиною планування та реалізації усіх інформаційних операцій та видів діяльності.

## **§ 6. Інформаційна політика, комунікаційна політика: теоретичні аспекти**

У сучасному суспільстві, де основним предметом праці більшої частини людей є інформація та знання, а знаряддям праці є інформаційні технології, держава та інші політичні суб'єкти одночасно виконують інформаційну та комунікаційну функції<sup>45</sup>:

- *інформаційна функція* охоплює створення інформації (умовно її можна назвати первинною) – безпосередньо створюють нормативні акти, інформація для яких береться ззовні; супровід інформації, що має державне значення (насамперед, похідні функції обліку, контролю, моніторингу; відкритість органів державної влади для громадян; збір, обробка, охорона і захист інформації, необхідної для реалізації функцій держави; створення спеціалізованих структур у сфері інформації й регулювання їхньої діяльності –

---

<sup>45</sup> Лоцихін О. Комунікативна функція у системі функцій сучасної держави [Електронний ресурс] / О. Лоцихін // Комунікація. – 2013. – № 3. – С. 18-27. Режим доступу : [http://pdp.org.ua/images/stories/materials/Communication\\_3\\_Apr2013.pdf](http://pdp.org.ua/images/stories/materials/Communication_3_Apr2013.pdf)

засобів масової інформації, архівів, бібліотек, установ культури, освіти (масова інформація і поширення знань); інформаційний обмін між органами державної влади (усередині держапарату); використання інформації у внутрішніх інтересах держави; зберігання інформації на різних стадіях інформаційного процесу; утворення єдиного інформаційного простору держави як частини світового інформаційного простору;

- *комунікаційна функція* проявляється у надаванні громадянам і організаціям публічних послуг швидко та якісно, у налагодженні взаємодії публічно-владних структур із громадянами та організаціями на основі рівноправних партнерських відносин.

*Інформаційна політика* трактується як політика збирання, колекціонування, зберігання інформації, яка є доступною, поширюється та утримується; – це особлива сфера життєдіяльності людей (політиків, вчених, аналітиків, журналістів, слухачів та читачів і т. д.), пов'язана з виробництвом та поширенням інформації, що задовольняє інтереси соціальних груп та громадських інститутів. Інформаційна політика встановлює правила, за якими діють приватні інформаційні провайдери та медіа. Інформаційна політика включає такі сфери: грамотність, урядова приватизація та дистрибуція, інформація, свобода доступу до інформації, право інтелектуальної власності, зберігання архівних копій матеріалів, хартія / статут інформаційних прав громадян. Інформаційну політику можуть розробляти держави, міжнародні організації, політичні партії й рухи, громадські організації, політичні діячі тощо<sup>46</sup>.

Інформаційна політика держави – це головні напрями і предмет діяльності держави в галузі інформації ; метою інформаційної політики є створення умов для ефективного і якісного інформаційного забезпечення стратегічних і оперативних завдань соціального і економічного розвитку держави. Державна інформаційна політика повинна гарантувати громадянам конституційні права

---

<sup>46</sup> What is Information Policy? [Electronic resource]. – Available at : <http://www.vcn.bc.ca/bclaiip/committee/broch95.html>

та свободи, вільно використовувати інформацію для формування національного інформаційного простору та включення його до світового інформаційного простору.

Держава традиційно контролює входи та виходи, через які циркулюють інформаційні потоки, намагаючись не допустити у національне інформаційне поле ту інформацію, яку її політична еліта вважає ворожою, спрямованою на підривання конституційного ладу, цінностей національної культури тощо. Зважаючи на таку поведінку держави, її інформаційна політика може бути трьох типів:

1. *Ліберальна*, тобто побудована на принципах невторчання в інформаційний процес, визнання права громадян отримувати інформацію з будь-яких джерел, сприяння вільному обігу інформації.

2. *Активна*, тобто держава намагається встановити певний контроль (різного ступеня жорсткості) за ЗМК за допомогою контрпропаганди, активного сприяння поширенню за межами держави інформації, що відображає думку національної керівної еліти.

3. *Автаркічна* – пов'язана із «закриттям» національного інформаційного простору, повною забороною чи певним обмеженням права громадян користуватися інформацією іноземного походження та її сприйняттям як ворожої.

Об'єктом державної інформаційної політики (те, на що вона спрямована) може бути: масова й індивідуальна свідомість громадян; соціально-політичні системи і процеси; інформаційна інфраструктура; інформаційні ресурси; психологічні ресурси (система цінностей суспільства; стійкість свідомості громадян до маніпулятивного впливу; толерантність тощо).

Суб'єкти державної інформаційної політики (ті, хто її розробляють) – органи державної влади й управління, в компетенцію яких входить регулювання соціально-політичних відносин в інформаційно-психологічній сфері, а також недержавні суб'єкти, що залучаються органами державної влади

і управління для вирішення завдань державного регулювання в інформаційно-психологічній сфері.

Головними напрямками державної інформаційної політики є:

- забезпечення доступу громадян до інформації;
- створення національних систем і мереж інформації;
- зміцнення матеріально-технічних, фінансових, організаційних, правових і наукових основ інформаційної діяльності;
- забезпечення ефективного використання інформації;
- сприяння постійному оновленню, збагаченню та зберіганню національних інформаційних ресурсів;
- створення загальної системи охорони інформації;
- сприяння міжнародному співробітництву в галузі інформації і гарантування інформаційного суверенітету держави;
- сприяння задоволенню інформаційних потреб громадян держави закордоном<sup>47</sup>.

Державна інформаційна політика реалізується у таких сферах: 1) у виробничій сфері державна інформаційна політика розробляє та впроваджує новітні інформаційні технології, унеможлиблює монополізацію ринків у сфері інформаційної діяльності, створює сприятливі умови та надає економічну підтримку розвитку об'єктів національного інформаційного простору держави, захищає права суб'єктів всіх форм власності на ці об'єкти; 2) в організаційній сфері – передбачає реалізацію прав громадян на своєчасне, якісне та ефективне інформаційне забезпечення громадян; 3) у сфері інформаційної безпеки державна інформаційна політика спрямована на: захист населення держави від інформаційної продукції, яка загрожує його фізичному, інтелектуальному, морально-психологічному здоров'ю (пропаганда жорстокості, насильства, порнографії, вплив на свідомість тощо); всебічне сприяння інформаційному забезпеченню правоохоронних відомств для виконання ними своїх функцій;

---

<sup>47</sup> Макаренко Є. А. Європейська інформаційна політика: монографія / Є. А. Макаренко. – К.: Наша культура і наука, 2000. – С. 75.

охорону державної таємниці та іншої інформації з обмеженим доступом, а також здійснення державного контролю за режимом доступу до цієї інформації.

Інформаційна політика охоплює як внутрішні, так і зовнішні аспекти діяльності країни. Внутрішня політика спрямована на якомога ширше задоволення інформаційних потреб власного суспільства; зовнішня – на створення відповідного позитивного образу держави у світі, інформування світової громадськості про політичний, економічний, духовний, культурний, інвестиційний клімат в країні тощо.

Прикладне дослідження комунікації взагалі й комунікаційної політики зокрема розпочалося під час дискусій, які ініціювалися ЮНЕСКО, а саме<sup>48</sup>:

- ЮНЕСКО зосередила свою увагу на ролі комунікації у розвитку ще з часу свого заснування у 1946 р. (це відображено у ст. 1.2 Конституції ЮНЕСКО);

- з 1958 р. ЮНЕСКО стає провідною агенцією зі створення та посилення комунікаційної інфраструктури, бо у своїй резолюції від 1958 р. Генеральна Асамблея ООН закликала організацію створити програму чітких дій для розбудови преси, телетрансляцій, кіно- та теле-індустрії у країнах в процесі їх економічного та соціального розвитку;

- у 1962 р. ЮНЕСКО замовила публікацію дослідження В. Шрамма «Засоби масової інформації та національний розвиток: роль інформації у країнах, що розвиваються», у якому науковець запропонував логічне обґрунтування використання ЗМІ у ході формування нації;

- у 1969 р. на зустрічі експертів з масової комунікації та суспільства представлено обґрунтоване, систематизоване дослідження процесів масової комунікації у країнах, що розвиваються (аналіз медіа-організацій, власності та фінансової підтримки, етика прийняття рішень у виробництві медіа, система цінностей комунікаторів та їх роль у суспільстві, реальні та можливі цілі ЗМІ);

---

<sup>48</sup> Карпчук Н. П. Засади комунікаційної політики: досвід країн-членів Європейського Союзу: монографія / Н. П. Карпчук. – Луцьк : Вежа-Друк, 2015. – С. 48-49.



- у 1971 р. у полі зору ЮНЕСКО такі питання: хто керує та контролює ЗМІ, чиїм інтересам вони служать, які ресурси використовують, яка природа їх продуктів, які потреби вони задовольняють, а які нехтують, перш, ніж розробляти адекватні комунікаційні політики;

- у 1972 р. ЮНЕСКО пропонує перше визначення комунікаційної політики: «Комунікаційні політики – це набір принципів та норм, встановлених для управління поведінкою комунікаційних систем. Їх орієнтація є основоположною та довготривалою, хоча вони можуть також мати короткотермінові оперативні завдання. Вони формуються у контексті загального підходу суспільства до комунікації, походять із політичної ідеології, соціальних та економічних умов країни, її цінностей. Комунікаційні політики існують у кожному суспільстві, хоча можуть бути латентними, не повністю узгодженими і не чітко артикульованими».

У 1978 р. група експертів ЮНЕСКО, яка запропонувала поради щодо розробки комунікаційних політик, навела низку причин необхідності комунікаційної політики та комунікаційного планування згідно з якими національна комунікаційна політика допоможе досягнути таких цілей<sup>49</sup>:

- створити у країні клімат і дух спільних прагнень;
- забезпечити повне та систематичне використання комунікаційних ресурсів, націлених на соціальний, культурний та економічний розвиток;
- гарантувати не лише широку обізнаність громадян з питань, що стосуються їхнього життя, а й вмотивоване залучення до участі в національних програмах розвитку;
- сприяти співпраці та координації між різноманітними агенціями та організаціями публічного та приватного секторів, які задіяні в процесі збору, обробки та поширення інформації;

---

<sup>49</sup> Карпчук Н. П. Засади комунікаційної політики: досвід країн-членів Європейського Союзу: монографія / Н. П. Карпчук. – Луцьк : Вежа-Друк, 2015. – С. 50.

- сприяти розвитку інфраструктури комунікаційної діяльності й скороченню зайвого дублювання роботи, марної витрати обмежених ресурсів, втрати робочих місць;

- забезпечувати розподілення та використання комунікаційних ресурсів відповідно до національних цілей та політик.

Цього ж року на міжнародному симпозиумі з питань свободи комунікації, який проводився за підтримки ЮНЕСКО, усі **комунікаційні права** були поділені на три групи: 1) права особи: свобода думки та вираження, право бути поінформованим, право інформувати, захист приватного життя, свобода переміщення, право зібрання, доступ до джерел інформації; 2) права інституцій: доступ до джерел інформації, свобода думки та вираження, право опубліковувати матеріали, свобода переміщення, підтримання професійної конфіденційності; 3) комунікаційні права націй: право інформувати, вільний і збалансований потік інформації, збереження культурної єдності, культурний обмін, свобода думки та вираження, право бути поінформованим, право на відповідь, право внесення поправок<sup>50</sup>.

Комунікаційна політика держави тлумачиться як інструмент комунікативного способу політичного управління, який належить до групи методів управління, що базуються на переконанні. Її характерною рисою є використання когнітивних механізмів формування певного сприйняття політичного курсу, який проводить політична еліта.

Комунікаційна політика держави охоплює<sup>51</sup>:

- розробку та вдосконалення законодавства, яке забезпечує не лише свободу інформації, але й захист державної інформації від зловживання ЗМК, як міжнародних, так і національних – незалежної преси, радіо, ТБ, які належать приватним організаціям та власникам;

---

<sup>50</sup> Карпчук Н. П. Засади комунікаційної політики: досвід країн-членів Європейського Союзу: монографія / Н. П. Карпчук. – Луцьк : Вежа-Друк, 2015. – С. 50.

<sup>51</sup> Ирхин Ю.В. Политология [Электронный ресурс] / Ю.В. Ирхин, В.Д. Зотов, Л.В. Зотова. – М. : Юристъ, 2002. – 511 с. – Режим доступа : <http://politics.ellib.org.ua/pages-827.html>

- власне комунікаційну діяльність держави: створення та розвиток усіх видів власних ЗМІ;

- широкий розвиток інформаційної державної інфраструктури (прес-центрів, служб ПР тощо);

- різноманітні форми, методи та способи впливу державних органів на масову комунікацію, включаючи прийоми інфільтрування державної інформації в масову політичну комунікацію.

Комунікаційна політика передбачає тривалий вплив на цільову аудиторію з метою забезпечення сприятливого ставлення до інформації, яка пропонується, та до джерела інформування. Однак недоліком визначень є те, що зовсім не наголошується на діалогічності комунікативної взаємодії, а отже й обов'язковості налагодження зворотного зв'язку.

Розуміючи комунікаційну політику як діяльність держави, її інститутів, спрямовану на формування та забезпечення процесів обміну соціально-політичною інформацією, необхідною для функціонування політичної системи, циркуляції цієї інформації між її інститутами, політичними та соціальними групами, елітами та масами, вирізняють два рівні інформаційних потоків:

- 1) вертикальний (типовий для авторитарних суспільств): еліта відбирає, передає і спрямовує інформацію, яка має офіційні або «вивірені» відомості про рішення та функціонування інститутів влади, що формують і допомагають зберегти сприятливий образ політичної системи, зміцнюють її легітимність;

- 2) горизонтальний (важливий саме у демократичних суспільствах): поєднання потоків інформації, які виробляє та ініціює еліта, держава, з інформаційними потоками громадянського суспільства, його інформаційними потребами, пріоритетами. У такому діяльнісному підході наголошують на важливості діалогічної взаємодії владних органів та громадян, що повинно призвести до порозуміння на основі спільних пріоритетів.

Суб'єктами комунікаційної політики можуть бути комерційні організації, органи державної влади та управління, політичні партії, політичні лідери, громадські організації, держава, міжнародні організації. Об'єктами

комунікаційної політики є цільова аудиторія, наприклад, споживачі, громадяни держави, електорат, інші держави, члени міжнародних організацій тощо<sup>52</sup>.

Отже, на відміну від інформаційної політики, комунікаційна політика стосується особливостей побудови і функціонування різноманітних засобів політичної інформації; розробки і вдосконалення знакової, символічної і семіотичної систем для політико-комунікативних передач, способів шифрування та дешифрування політичної інформації, створення різних політичних міфологем, символічних, рекламних і пропагандистських образів та сюжетів; соціально-політичних наслідків інформаційного впливу на поведінку і діяльність суб'єктів політики, формування громадської думки, перебіг електоральних процесів, політичне управління суспільством.

## **§ 7. Діяльність «мозкових центрів»**

Соціально-економічний та політичний розвиток країни не можливий без глибоких інтелектуальних зусиль, спрямованих на пошук серйозних проблем суспільства та побудову прогнозів їхнього розвитку. В сучасному світі ефективними інститутами стратегічного інтелектуального забезпечення стали так звані «мозкові центри».

«Мозкові центри» (аналітичні центри, дослідницькі центри, фабрики думок, дослідницькі осередки, осередки дослідження державної політики, think tanks) – дослідницькі організації, які здійснюють дослідження та адвокацію в таких сферах як міжнародні відносини, політична стратегія, економіка, військові справи, екологія, культура. Більшість із них є незалежними від держави і неприбутковими організаціями, проте серед них є й такі, що отримують державне фінансування або прибутки від консалтингової діяльності. Провідні аналітичні центри можуть чинити великий вплив на вироблення урядами політичних рішень.

---

<sup>52</sup> Угрин Л. Комунікаційна політика / Л.Угрин // Політологія : [навч. енцикл. словник довідник] / [за наук. ред. д-ра політ. н. Н.М. Хоми]. – Львів : «Новий Світ-2000», 2014. - С. 311-312.

Н. Ржевська у їхній діяльності розрізняє три основні функції<sup>53</sup>:

### **1. Функція політичного аналізу.**

Упродовж широкого використання масиву методів політичної аналітики відбувається процес формування політики (policymaking), коли здійснюють дослідження п'яти ключових галузей:

- природи стратегічних політичних проблем;
- результатів нинішнього і минулого політичних курсів;
- значення цих результатів для вирішення проблем;
- існуючих або нових альтернатив політичних стратегій та їх можливих результатів;
- фактичних альтернатив, які повинні вирішувати проблему.

Завдання проблемного структурування є загальноприйнятним для приватних інституцій з ефективним управлінням. Цей метод дає змогу політичним аналітикам піддавати сумніву існуючі пропозиції, виходячи з чого метод включено в процес формування політики ще на етапі розробки порядку денного.

Завдання формування прогнозів забезпечує політично релевантне (policy-relevant) знання щодо майбутніх умов (політичних, економічних, соціальних або технічних), які повинні згідно передбачення настати після прийняття однієї із політичних альтернатив. Прогноз частіше за все використовують у процесі вироблення політичного курсу. Це допомагає досліджувати вірогідний, потенційний і бажаний стан політичної системи, оцінювати зіткнення існуючого і запропонованого курсу, визначати можливі майбутні перепони, що існують у досягненні мети, аналізувати політичну досяжність запропонованого політичного курсу.

Завдання щодо формування рекомендацій забезпечує вироблення політично релевантного знання, яке безпосередньо застосовують у прийнятті рішень. Численні методи вироблення рекомендацій включають: методи оцінки

---

<sup>53</sup> Ржевська Н. «Мозкові центри» як суб'єкти експертного середовища: функціональний аналіз / Н. Ржевська // Політичний менеджмент. – 2012. – № 1-2. – С. 161-169.

ризиків і похибок, ідентифікації зовнішніх характеристик і зовнішніх змін, встановлення критеріїв для здійснення вибору і визначення адміністративної відповідальності за втілення політичних курсів.

Завдання моніторингу забезпечує політично релевантне знання результатів існуючих політичних курсів (напрямів власної політики), пропонуючи особам, які приймають політичні рішення, найкращі шляхи втілення запропонованих і майбутніх політичних курсів. Численні урядові, неурядові та комерційні організації контролюють результат своєї політики і свого впливу за допомогою різноманітних соціальних і економічних індикаторів.

Завдання оцінки забезпечує інформацію про рівень адекватності виконання, якого досягнув той чи інший політичний курс, у такий спосіб допомагаючи особам, які приймають політичні рішення, оцінити якість цих рішень. Методи оцінки, багато з яких були розвинуті в академічному середовищі, надають інформацію стосовно діапазону, в межах якого проблеми повинні бути вирішені. Вони також сприяють роз'ясненню і критичному аналізу ціннісних орієнтирів політики, що проводиться, регулюванню чи зміні напрямів політичних курсів.

## **2. Функція політичної комунікації.**

Незважаючи на великі досягнення, робота «мозкових центрів» є мало знайомою широкій громадськості, оскільки її представники, перш за все, звикли звертатися до політичної еліти. Проте, їхня робота щодо покращення публічної політики повинна бути зрозумілою кожному громадянину. Забезпечуючи аналітичною інформацією політиків, «мозкові центри» дають змогу лідерам приймати обґрунтовані рішення.

«Мозкові центри» не лише інтерпретують потреби і бажання політичних груп, забезпечують вихід на розробку рекомендацій політичного змісту, вони також готують до передачі різними способами їхні послання, що відповідають соціальним потребам та інтересам. Політичний аналіз є лише початком, а не кінцевим результатом політичної комунікації. Тому важливо наголосити на такій функції «мозкових центрів», як розвиток традиційних і альтернативних

стратегій комунікаційної політики. Презентація політичного курсу або програми частіше за все відбувається перед тією аудиторією, яка більше за інших довіряє методам та рекомендаціям аналітиків.

Останнім часом численні «мозкові центри» почали освоювати новий стратегічний напрям свого розвитку, що насправді впливає зі своєї попередньої лінії розвитку. Нова якість «мозкових центрів» народжується на ґрунті синтезу технології масової комунікації з технологією раціонального наукового обговорення публічної політики. Суть напряму полягає в тому, щоб розвивати так званий деліберативний процес (від англ. deliberate – обмірковувати, зважувати, радитися, обговорювати), тобто процес масових консультацій усередині самої країни із суспільно-значимих проблем, і повертати до розробки публічної політики якомога більшу кількість зацікавлених осіб.

### **3. Функція втілення політики (просування й прийняття рішень, оцінка здійсненої дії щодо вироблення нових кроків і розробка нового політичного курсу).**

Наявність функції втілення політики вказує на те, що «мозкові центри» самі виявились атрибутом такого нового явища, як публічна політика (державна політика) і свідомо стали її провідниками і головними дійовими особами. З метою реалізації функції втілення політики «мозкові центри» використовують цілу низку підходів для покращення політичного процесу і прийняття політичних рішень: 1) орієнтовані на адвокатську дію «мозкові центри» розробляють пропозиції і рекомендації або піддають критиці існуючу політику. Після висунення пропозицій, останні стають принциповою справою членів «мозкового центру», які продовжують просування цих пропозицій до моменту прийняття політичного рішення; 2) «мозкові центри» просвітницького характеру використовують такі засоби, як конференції, робочі зустрічі, книги і статті, взаємодію із засобами масової інформації. Ця діяльність націлена не на специфічні політичні рішення, а на наукове керівництво дебатами, а також формування поглядів політичних лідерів.

Сфери реалізації функцій «мозкових центрів»<sup>54</sup>:

1. Адвокатські дії: завдяки своїй фінансовій незалежності, деякі організації можуть висувати політичні рекомендації, не вступаючи в конфлікт інтересів, який супроводжує державне фінансування.

2. Внутрішньопартійні дослідження: масштабні політичні партії часто створюють дослідницькі інститути для розробки своєї політики. У деяких країнах партії можуть використовувати лише дану послугу «мозкових центрів».

3. Дослідження і політичне планування при уряді: різноманітні установи, виконуючи функції «мозкових центрів», існують при урядових структурах, міністерствах і агенціях. Деякі з них мають автономне правління, але в кінцевому результаті знаходяться під опікою політиків.

4. Корпоративні консультанти: дослідження і аналітичні функції «мозкових центрів» можуть бути використані прибутковими підприємствами у сфері дослідження ринків або проектних досліджень, що має безпосереднє відношення до бізнесу. Проте, частіше за все, подібного роду служба приносить мало користі для політиків.

5. Просвіта і освіта: продукт академічних досліджень використовують для розширення академічних дебатів і, відповідно, не дуже корисні для політиків. «Мозкові центри» насправді використовують «стратегічні комбінації» з усіх своїх функціональних областей, з метою диверсифікації власного портфелю проектів. До того ж, це дає їм змогу захищати свою незалежність, особливо у сфері актуальних питань політики. У такий спосіб вони позбавляються залежності від одностороннього джерела фінансування і забезпечують свою фінансову стабільність.

До появи «мозкових центрів» політика ґрунтувалась на особистій відповідальності політичних лідерів (навіть, коли мова йшла про лідерів партій), які так чи інакше представляли інтереси інших груп і громадян. При цьому не існувало організацій та аналітичних центрів, які показували б провали

---

<sup>54</sup> Ржевська Н. «Мозкові центри» як суб'єкти експертного середовища: функціональний аналіз / Н. Ржевська // Політичний менеджмент. – 2012. – № 1-2. – С. 161-169.



діючих програм, ставили б собі за мету: 1) шукати і пропонувати нові політичні можливості (варіанти стратегій і варіанти поточних рішень); 2) формувати, виробляти і пропонувати перспективні концепції, проекти і програми для відкритого доступу; 3) переробляти ідеї та проекти у невеликий формат, що був би прийнятний для політиків; 4) забезпечувати просування політиків. Поява «мозкових центрів» була зумовлена, передусім, наявністю вакууму в дослідженні соціально-політичного простору. Вони стали тією ланкою, де конструктивні бачення розвиваються, не озираючись на спеціальні інтереси, де вони втілюються у реальні проекти і програми і просуваються у соціально-політичну практику суспільства.

Сьогодні цілий світ користується здобутками, що виходять зі світової мережі «мозкових центрів». Блискучі ідеї, зокрема, в США, вже більше не є прерогативою Гарвардського чи Кембриджського університетів. Тепер на перший план вийшли такі організації, як фонд «Спадщини» (Heritage Foundation) або Лондонський інститут економіки (Institute of Economic Affairs), Американський інститут промисловості (American Enterprise Institute), Інститут Като (Cato Institute), Інститут Брукінгса (Brookings Institution), Інститут міста (Urban Institute) і Національний центр політичного аналізу (National Center for Policy Analysis). Вони впливають на вироблення способу мислення в соціально-політичному просторі Сполучених Штатів Америки і всього світу. Альтернативність рішень, запропонованих різними «мозковими центрами», розглядають як одне з основних досягнень. Пізніше, маючи альтернативи, політики обирають ті рішення, які їх більше за все влаштовують. Головне, щоб «мозковий центр» пропонував не аналітичне формулювання (як от, з одного боку і з іншого боку), а однозначний варіант дій з проблеми.

Потужні «мозкові центри» нині можуть впливати не лише на політичну лінію країни, а й на інші держави. Однією зі сфер активної діяльності «мозкових центрів» є зовнішня політика. І хоча ця сфера, як і сфера оборони, вважається найбільш закритою сферою державної політики, однак вона не залишилась за межами досяжності «мозкових центрів», оскільки потребує

серйозних аналітичних досліджень і наукових розробок, передусім через свою специфіку.

*Питання для розгляду на семінарах:*

1. Взаємозв'язок понять «інформація» й «комунікація».
2. Теоретичні основи розвитку суспільних комунікацій.
3. Інформаційні революції
4. Комунікативний процес, його складові
5. Функції й роль комунікації в суспільстві
6. Ефекти комунікації
7. Закони комунікації
8. Інформаційна політика
9. Комунікаційна політика
10. «Фабрики думок»
11. Публічна сфера
12. Вербальні комунікації, їх типи
13. Невербальні комунікації, їх типи
14. Міжкультурні комунікації
15. Особливості сучасних міжнародних комунікацій, їх види
16. Мас-медійні комунікації
17. Рекламні комунікації
18. Віртуальні комунікації
19. PR-комунікації. Корпоративні комунікації
20. Політичні комунікації. Пропагандистсько-агітаційні комунікації
21. Стратегічні комунікації

### *Завдання для лабораторних робіт:*

1. Проаналізуйте, які комунікаційні ефекти досягнуто при перегляді одного з ТБ-каналів.
2. Проаналізуйте дотримання/недотримання законів комунікації у: політичному ток-шоу, реаліті-шоу, новинарній програмі, упродовж ділових переговорів, на студентському обговоренні тощо.
3. Проаналізуйте виступ відомого політичного/громадського діяча за запропонованими концептуальними маркерами.
4. Проаналізуйте виступ відомого політичного/громадського діяча за визначеними вами концептуальними маркерами.

## РОЗДІЛ 2

# ІНФОРМАЦІЙНА ПАРАДИГМА ЦИВІЛІЗАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ. ІНФОРМАЦІЙНЕ СУСПІЛЬСТВО

### § 1. Міжнародний інформаційний обмін

Інформація й комунікація як глобальні цінності людства сприяють побудові та перетворенню світу. Будь-які інформаційні процеси перетворюються в комунікаційні, бо сам факт передачі інформації від комуніканта до комуніката свідчить про акт комунікації. І навпаки, будь-які комунікаційні процеси автоматично позначають, що відбулася передача інформації чи було здійснено обмін інформацією між комунікаторами. Інформація як усвідомлення процесів та явищ і комунікація як форма взаємодії між різними суб'єктами стають глобальним національним ресурсом науково-технічного прогресу й розвитку людства. Розв'язання багатьох глобальних проблем залежить від умілого використання інформації, яка ґрунтується на новітніх технологічних досягненнях, а також здійснення комунікації між різними суб'єктами.

**Міжнародна інформація** – сукупність відомостей про систему міжнародних відносин, про структуру, загальні властивості інформації і питання, пов'язані з пошуком, збиранням, аналізом, зберіганням та розповсюдженням інформації у системі міжнародних відносин; сукупність глобальних інформаційних ресурсів фундаментального, спеціального та персонального характеру, що застосовуються у сфері міжнародних відносин для забезпечення взаємодії акторів світової політики на різних рівнях дво- та багатостороннього співробітництва<sup>55</sup>.

Процес одержання, зберігання та використання міжнародної інформації тісно пов'язаний з процесом глобальної комунікації між суб'єктами

---

<sup>55</sup> Міжнародна інформація: терміни і коментарі. Навчальний посібник / Макаренко С. А., Рижков М. М., Кучмій О. П., Фролова О. М. – Вид. 2-ге, доповн. та переробл. – К.: Центр вільної преси, 2016. – С. 12.

міжнародних інформаційних відносин, які виникають в усіх сферах діяльності держави і суспільства при одержанні, зберіганні та використанні інформації. Отже, міжнародна інформація є складовою глобальної комунікації, метою якої є з'ясування закономірностей взаємодії суспільства й інформації та формування інформаційного суспільства. Міжнародна інформація орієнтована на забезпечення зовнішньої та внутрішньої політики держав, економічної стратегії країн, на забезпечення національної безпеки, прогресивний розвиток міжнародних відносин та міжнародного права. Кожна країна формує свою стратегію інформаційної політики, в якій визначає усі аспекти інформаційного забезпечення міжнародних відносин.

Міжнародна інформація виконує такі **функції**:

- узагальнення й професійна оцінка стану міжнародних відносин;
- прогнозування міжнародно-правових та економічних наслідків прийнятих рішень;
- розробка обґрунтованих пропозицій та рекомендацій щодо їх реалізації.

**Міжнародні інформаційні відносини**<sup>56</sup> – це спеціалізована галузь міжнародного співробітництва, спрямована на вирішення глобальних інформаційних і комунікаційних проблем світового співтовариства. Суб'єктами міжнародних інформаційних відносин є міжнародні організації, міждержавні об'єднання, держави, транснаціональні корпорації, фізичні та юридичні особи. Стратегії міжнародного співробітництва у галузі міжнародних інформаційних відносин впливають на відносини держав, формуючи спільну мету цивілізаційного розвитку – реалізацію програм міжнародної інтеграції на засадах нового технологічного устрою.

Інформаційна ситуація в системі глобальних міжнародних відносин повністю відповідає таким критеріям: 1) сучасні засоби комунікації глобалізували можливості передачі великих масивів інформації за неймовірно короткий час; 2) мультимедійні системи, що здійснюють миттєву передачу

---

<sup>56</sup> Міжнародна інформація: терміни і коментарі. Навчальний посібник / Макаренко С. А., Рижков М. М., Кучмій О. П., Фролова О. М. – Вид. 2-ге, доповн. та переробл. – К.: Центр вільної преси, 2016. – С. 12.

інформації на будь-яку відстань, є інтенсивним каталізатором суспільних процесів; 3) інформаційні процеси стимулюють прогресивний розвиток економіки, політики, техніки, екології, культури, військової сфери тощо.

**Міжнародний інформаційний обмін**<sup>57</sup> – це передача і отримання інформаційних продуктів та надання інформаційних послуг одній країні через державний кордон іншої країни. Об'єктами міжнародного інформаційного обміну є: документована інформація; інформаційні продукти й інформаційні ресурси; інформаційні послуги, засоби інформаційного обміну (інформаційні мережі і системи, мережі зв'язку).

Міжнародний обмін інформацією здійснюється на основі міжнародної правової бази, яка регулює виконання та обмін різних видів інформації. В міжнародних правових документах зазначена така особливість інформації як належність її до специфічного ринку товарів. Міжнародні відносини в галузі інформації підпадають під регулятивні дії загально визначених принципів міжнародного права, які конкретизовані в міжнародних документах різної юридичної сили.

Інформаційні відносини регулюються такими міжнародними правовими документами: Міжнародна конвенція про використання радіомовлення в інтересах миру (1932 р.); Конвенція про запобігання обігу порнографічних видань та торгівлі ними (1923 р.); Угода про міжнародний обмін візуальними і звуковими матеріалами освітнього та наукового характеру (1948 р.); Конвенція про міжнародний обмін виданнями (1958 р.); Конвенція про обмін урядовими документами та офіційними виданнями між державами (1958 р.); Регламент міжнародного союзу електронного зв'язку (1972 р); Міжнародна конвенція електронного зв'язку (1982 р.); Резолюція ООН про інформацію на службі людству (1996 р.) тощо.

**Інформаційні права та свободи** у міжнародному інформаційному обміні регулюються такими міжнародними документами:

---

<sup>57</sup> Міжнародна інформація: терміни і коментарі. Навчальний посібник / Макаренко С. А., Рижков М. М., Кучмій О. П., Фролова О. М. – Вид. 2-ге, доповн. та переробл. – К.: Центр вільної преси, 2016. – С. 16.

•Загальною декларацією прав людини (ООН, 1948 р.): кожна людина має право на свободу, право на свободу думки, право на свободу переконань і на вільне їх виявлення. Це право включає свободу безперешкодно дотримуватися своїх переконань та свободу шукати, одержувати і поширювати інформацію та ідеї будь-якими засобами і незалежно від державних кордонів (ст. 19);

•ст. 10 Європейської Конвенції про захист прав людини і основних свобод (1953 р.): свободи стосуються будь-якої інформації, ідей і способів їх поширення;

•Конституціями держав, зокрема згідно зі ст. 34 Конституції України «кожен має право вільно збирати, зберігати, використовувати і поширювати інформацію усно, письмово або в інший спосіб – на свій вибір «...»; здійснення цих прав може бути обмежене законом в інтересах національної безпеки, територіальної цілісності або громадського порядку з метою запобігання заворушенням чи злочинам, для охорони здоров'я населення, для захисту репутації або прав інших людей, для запобігання розголошенню інформації, одержаної конфіденційно, або для підтримання авторитету і неупередженості правосуддя».

Кожен має право на інформацію, що означає право вільно збирати, одержувати, зберігати, використовувати та поширювати інформацію й створювати систему (порядок) умов (режиму) захисту (охорони) інформації на основі своїх прав та обов'язків, у межах повноважень, у будь-який спосіб на свій вибір визначений відповідно до Конституції України, Законів України, міжнародних договорів та угод, ратифікованих Україною. Ці права передбачають:

•*право на вільне збирання інформації*, тобто право безперешкодного здійснення дій щодо її пошуку, доступу, придбання, накопичення тощо;

•*право на вільне одержання інформації* – право безперешкодно ознайомлюватися з нею, набувати інформацію та включає право знати;

•*право на вільне зберігання інформації* – право вільно тримати та надавати інформацію на умовах, спрямованих на запобігання спотворенню, руйнуванню,

псуванню інформації та її матеріальних носіїв, здійснювати дії для передачі інформації та її матеріальних носіїв у незмінному вигляді у часі та просторі тощо;

- *право на вільне використання інформації* – право вільно користуватися, застосовувати, створювати та вживати з користю інформацію для задоволення інформаційних потреб;

- *право на захист (охорону) інформації* – право створювати систему (порядок) умов (режиму) при збиранні, одержанні, зберіганні, використанні та поширенні інформації;

- *неприпустимість зловживання правом на інформацію*: реалізація права на інформацію суб'єктами інформаційних відносин не повинна порушувати державні, приватні, громадянські, політичні, економічні, соціальні, духовні, екологічні та інші права, свободи і законні інтереси інших суб'єктів інформаційних відносин. Інформація не може бути використана для посягання на права і свободи людини, пропаганду війни, насильства, жорстокості, розпалювання расової, національної, релігійної ворожнечі, вчинення терористичних актів, закликів до незаконної зміни конституційного ладу, порушення територіальної цілісності держави;

- *право власності на інформацію* – право, яке гарантується та охороняється державою і згідно з яким власник інформації володіє, користується та розпоряджається своєю власністю на основі своїх прав та обов'язків, в межах повноважень, на свій вибір визначений відповідно до Конституції, Законів, чинних міжнародних договорів та угод.

Окрім конституційних та міжнародних норм, в Україні інформаційний обмін та відносини регулюються такими нормативними документами: Закони України «Про інформацію», «Про друковані засоби масової інформації (пресу) в Україні», «Про телебачення та радіомовлення», «Про інформаційні агентства», «Про державну таємницю», «Про зв'язок», «Про державну підтримку засобів масової інформації та соціальний захист журналістів», «Про рекламу», «Про Концепцію національної програми інформатизації», «Про



Національну програму інформатизації», «Про науково-технічну інформацію», «Про захист інформації в автоматизованих системах», «Про електронний підпис», «Про електронний документообіг», «Про основні засади розвитку інформаційного суспільства в Україні на 2007-2015 рр.», «Про захист персональних даних», «Про доступ до публічної інформації», «Доктриною інформаційної безпеки України» та інші.

**Джерелами міжнародної інформації** є встановлені законом бази і банки даних із широким типом представництва, які використовуються у дипломатичній практиці, діяльності міжнародних організацій, у регулюванні міжнародних конфліктів, у передачі особистої інформації. Усі джерела інформації поділяють на<sup>58</sup>:

### **1. Відкриті: міжособистісні джерела та опосередковані джерела.**

Міжособистісні джерела – це джерела інформації, до яких належать міжособистісні контакти на різних рівнях представництва, тобто міжособистісні контакти представників зовнішньої політики, відомств, керівництв відповідних відомств за усіма напрямками співробітництва, а також дипломатичні контакти і контакти, представлені в державі в рамках міжнародних форумів (організацій). Використовують спеціальні структури для одержання конфіденційної інформації.

Опосередковані джерела – це джерела інформації, які є посередником між конкретним джерелом інформації та суб'єктами міжнародних відносин: засоби масової комунікації, електронні засоби комунікації, інформаційні центри, архіви, бібліотеки та інші джерела збереження інформації. Опосередковані джерела, в свою чергу, поділяють на офіційні та неофіційні.

Опосередковані офіційні джерела – це органи державної влади, спеціалізовані науково-дослідні інститути та відомчі установи (наприклад, Міністерство закордонних справ), силові структури та інші державні органи, які виступають з офіційною точкою зору. Офіційним джерелом інформації про

---

<sup>58</sup> Кудрявцева С.П., Колос В.В. Міжнародна інформація: навч. посіб. / Кудрявцева С.П., Колос В.В. – К.: Видавничий Дім «Слово», 2005. – С. 19-24.

стан країни на міжнародній арені є Президент країни та Міністр закордонних справ. До офіційних джерел відносять також органи державної статистики, інформаційно-аналітичні структури із окремих сфер міжнародного співробітництва, установи соціальної політики і праці, демографічні відомства, промислові концерни (представництва), окремі відомства, які належать до джерел конфіденційної інформації.

Опосередковані неофіційні джерела – це громадські організації та рухи, політичні партії, політичні структури, соціологічні установи, альтернативні засоби масової комунікації, а також незалежні інформаційно-аналітичні центри, які створюють суб'єктивні оціночні прогнози.

Офіційні і неофіційні джерела поділяють на:

- джерела загального характеру: політичні, економічні, військові джерела інформації, які використовують для оцінки економічного та політичного потенціалу держави, для складання прогнозів на довготривалій період, для планування зовнішньої політики і прийняття рішень на рівні економічних, політичних та воєнних відомств;

- джерела спеціальної інформації: стосуються конкретної сфери економічних відносин і призначені для вузької сфери спеціального моделювання та прогнозування окремих стратегій та економічних кроків;

- джерела персональної інформації, які особливо важливі для усіх міністерств та відомств, а також розвідки. Ця інформація збирається за допомогою відкритих способів, а також неконституційних методів (підслуховування, стеження);

**2. Закриті джерела інформації: дипломатичні, розвідувальні, військово-стратегічні, статистичні.**

Так, наприклад, до закритої належить:

- інформація, що міститься у директивах і вказівках посадовим особам, які представляють державу на переговорах, консультаціях та нарадах з питань зовнішньої політики;

- інформація про стратегію та планування зовнішньої політики;

- відомості про номенклатуру;

- обсяги фінансування операцій з експорту та імпорту озброєння, військової техніки, стратегічних видів сировини, а також інформація про військово-технічне співробітництво з іншими державами;

- формування рівня індикативних цін, формування валютних надходжень;

- інформація про майно воєнного призначення, маршрути, час руху військово-транспортних засобів, місця розташування військової техніки, відомості про діяльність, маршрути і завдання депешної служби (дипкур'єри, перевезення цінностей і т. д.).

Кожна країна встановлює закони для регулювання інформаційних потоків і захисту державної інформації, що становить державну таємницю. Доповнення до таких законів публікуються в матеріалах офіційних органів, звітах відомостей, віднесених до державної таємниці. Перелік документів, який входить до доповнення, оновлюється кожного року відповідно до пріоритету й інтересів держави;

### **3. Конфіденційні джерела інформації**

Конфіденційні джерела – це джерела спеціального призначення, які захищаються законом і охороняються засобами держави. Під конфіденційними джерелами розуміють: технічні носії інформації, документовані, інформаційні продукти, технічні засоби обробки інформації, джерела розвідки і закриті джерела специфічних міністерств та відомств.

Конфіденційні джерела розкриваються лише у випадку судового слідства і за санкцією прокурора, або у випадку, коли конфіденційна інформація свідчить про екстремальні ситуації, які стосуються життєдіяльності людства.

Ще один різновид інформації – дезінформація, яку використовують для з'ясування напрямів діяльності військово-промислових відомств або інших відомств; для з'ясування важливих проблем; для впливу на громадську думку; для свідомого перекручення інформації. Типовим прикладом є прийом

«пробної кулі» для з'ясування суспільної реакції на політичні рішення. Джерелами дезінформації можуть виступати: спеціалізовані відомства; опосередковані джерела, які видають неперевірену інформацію. Ці джерела найчастіше використовуються для перевірки на політичні, економічні та військові кроки держави, на вивчення думки громадськості щодо прийняття рішень, для свідомого перекручування інформації з метою досягнення власних інтересів.

## § 2. Національний інформаційний простір

**Інформаційний простір**<sup>59</sup> – це сфера діяльності, що пов'язана зі створенням, перетворенням і використанням інформації, включно з індивідуальною й суспільною свідомістю, інформаційно-телекомунікаційною інфраструктурою і власне інформацією; це середовище, де здійснюється формування, збір, зберігання та розповсюдження інформації, інформаційна взаємодія організацій та громадян і задоволення їхніх інформаційних потреб.

**Національний інформаційний простір**<sup>60</sup> – 1) середовище, в якому здійснюється продукування, зберігання та поширення інформації, на яку розповсюджується юрисдикція країни; 2) сукупність інформаційних ресурсів та інформаційної інфраструктури, що уможлиблює на основі єдиних принципів і за загальними правилами забезпечувати безпечну інформаційну взаємодію держави, організацій і громадян за їх рівної доступності до відкритих інформаційних ресурсів, а також максимально повне задоволення їх інформаційних потреб на усій території держави за збереження балансу інтересів на входження у світовий інформаційний простір та забезпечення національного інформаційного суверенітету. Держава є гарантом суверенітету і цілісного функціонування, розвитку і захисту національного інфопростору.

---

<sup>59</sup> Міжнародна інформація: терміни і коментарі. Навчальний посібник / Макаренко С. А., Рижков М. М., Кучмій О. П., Фролова О. М. – Вид. 2-ге, доповн. та переробл. – К.: Центр вільної преси, 2016. – С. 26.

<sup>60</sup> Міжнародна інформація: терміни і коментарі. Навчальний посібник / Макаренко С. А., Рижков М. М., Кучмій О. П., Фролова О. М. – Вид. 2-ге, доповн. та переробл. – К.: Центр вільної преси, 2016. – С. 26.

Національний інформаційний простір як складова глобального інформаційного простору повинен зберігати свою повну функціональну автономність і притаманну йому національну самобутність.

*Інфраструктура інформаційного простору* (інформаційна інфраструктура) – це система організаційних структур, що забезпечують функціонування й розвиток інформаційного простору та засобів інформаційної взаємодії. Інформаційна інфраструктура є сукупністю: 1) інформаційних ресурсів, включно з мас-медіа; 2) інформаційних технологій як організованої сукупності систем, засобів, методів і способів, яка забезпечує процеси обробки, зберігання, розвитку, поширення, використання та захисту інформаційних ресурсів; 3) інформаційно-телекомунікаційних структур – це комп'ютерні мережі, телекомунікаційні мережі й системи спеціального призначення і загального користування, мережі й канали передачі даних, засоби комутації та управління інформаційними потоками; 4) відповідних інституційних складових (обчислювальні центри, інформаційні агенції, оператори та провайдери тощо); 5) системи забезпечення, що включає засоби нормативно-правового, економічного забезпечення, стандарти, інструктивні матеріали та документацію, кадрове забезпечення.

Формування сучасної інформаційної інфраструктури передбачає:

- розвиток національної, галузевих і регіональних інформаційних систем, мереж та електронних ресурсів, електронних інформаційно-аналітичних систем державних органів та органів місцевого самоврядування; забезпечення електронної взаємодії державних органів між собою та з громадянами і організаціями;
- створення та застосування суперкомп'ютерних систем, зокрема на основі грид- та «хмарних» технологій;
- активізацію впровадження систем електронних розрахунків за придбані товари, виконані роботи та надані послуги;
- забезпечення надання усіх видів соціальної допомоги у межах єдиного державного порталу;

- сприяння впровадженню цифрового телерадіомовлення, розроблення національних стандартів цифрового мовлення з урахуванням міжнародного досвіду;

- створення інфраструктури ширококутового доступу до Інтернету на всій території держави;

- розвиток технологій виготовлення оптичних носіїв для довгострокового зберігання інформації;

- створення Національного депозитарію електронних інформаційних ресурсів;

- створення та впровадження єдиної загальнодержавної системи електронного документообігу з використанням електронного цифрового підпису тощо.

*Інформаційні ресурси*<sup>61</sup> – окремі документи і масиви документів, результати інтелектуальної, творчої й інформаційної діяльності, бази даних, всі види архівів, бібліотеки, музейні фонди та інші, які містять дані й знання, зафіксовані на відповідних носіях інформації, є об'єктами права власності всіх суб'єктів міжнародного інформаційного простору і мають споживацьку вартість (політичну, економічну, соціокультурну, оборонну, історичну, інформаційну).

Властивості інформаційних ресурсів:

- одночасно ними може користуватися безмежна кількість споживачів;
- упродовж використання / споживання інформаційні ресурси, на відміну від матеріальних ресурсів, не тільки не зменшуються, а збільшуються (зростає їх корисність);

- інфоресурси постійно зростають внаслідок збільшення наукових знань та інтелектуальної діяльності;

---

<sup>61</sup> Міжнародна інформація: терміни і коментарі. Навчальний посібник / Макаренко Є. А., Рижков М. М., Кучмії О. П., Фролова О. М. – Вид. 2-ге, доповн. та переробл. – К.: Центр вільної преси, 2016. – С. 53.

- зникають просторові межі на шляху споживання / використання інформаційних ресурсів, бо продукт знання має тенденцію до поширення й заповнення всього наявного простору;

- завдяки новим технологіям інфоресурси можуть бути безкінечно розмножені;

- на відміну від матеріальних благ, інфоресурси неможливо забрати чи повернути тощо.

Сукупність інформаційних засобів країни, які включають інформаційну інфраструктуру, становить *інформаційний потенціал*, складовими якого є: інформаційні і комп'ютерні мережі і системи; національна система інформації; сукупність різних видів інформації; інформаційно-аналітична структура; інформаційні служби та засоби масової комунікації.

*Інформаційна могутність* держави базується на таких основних критеріях: наявність і потужність державної системи захисту інформації, національних виробників інформаційного продукту (інформаційних агентств, преси, телебачення, радіо), системи формування суспільної свідомості, зокрема системи зовнішньополітичної пропаганди. *Національний інформаційний продукт* – це матеріальний або нематеріальний результат інформаційної діяльності, який має синтезований характер, оскільки поєднує в собі результати інформаційної інтелектуальної діяльності суспільства й технічні засоби інформаційного забезпечення.

Метою політики формування національного інформаційного простору є:

- 1) забезпечення захисту інформаційного суверенітету держави, зокрема, захисту національного інформаційного ресурсу, а також захисту і контролю систем формування суспільної свідомості в умовах інтернаціоналізації і глобалізації процесів, що відбуваються в інформаційній сфері;
- 2) забезпечення реалізації конституційних прав громадян, суспільства і держави на інформацію;
- 3) забезпечення державним установам, підприємствам і громадянам рівня інформаційної достатності для прийняття рішень.

### § 3. Глобальний інформаційний простір

**Глобальний (міжнародний) інформаційний простір**<sup>62</sup> – це сукупність світових інформаційних ресурсів, інформаційних потоків та інформаційної інфраструктури, які дають змогу на основі норм міжнародного права забезпечувати інформаційну взаємодію громадян, суспільства та держав в усіх сферах життєдіяльності цивілізації з рівним правом доступу до відкритих джерел інформації. *Елементами глобального інфопростору* є: світові інформаційні ресурси; інформаційна інфраструктура; інформаційні потоки.

Метою формування єдиного глобального інформаційного простору є забезпечення широкого доступу до інформаційних ресурсів членів спільнот різних країн при мінімізації витрат на виробництво інформації завдяки об'єднання інформаційних ресурсів, каналів зв'язку, уніфікації стандартів, створення єдиної нормативно-правової бази для міжнародного інформаційного обміну.

Основними *властивостями* глобального (міжнародного) інформаційного простору є:

1) безперервність простору, що охоплює всі території та усі сфери життєдіяльності спільноти. Будь-яка інформація, незалежно від сфери застосування та походження, може бути національно адаптованою, цінною, значимою, а отже й придатною для використання в політичному процесі в середині країни й на міжнародній арені;

2) висока технологічність, що характеризується як необхідністю використання високих технологій для підтримки функціонування глобального інфопростору, так і доступністю інформації для споживачів і користувачів (завдяки ПК, оснащеного модемом, Інтернету та базових навичок роботи з ПК);

3) демократичність, яка визначається характером взаємодії основних акторів глобального інформаційного простору;

---

<sup>62</sup> Міжнародна інформація: терміни і коментарі. Навчальний посібник / Макаренко Є. А., Рижков М. М., Кучмій О. П., Фролова О. М. – Вид. 2-ге, доповн. та переробл. – К.: Центр вільної преси, 2016. – С. 27-32.



4) інтернаціональність: глобальний інформаційний простір можуть використовувати як національні, так і наднаціональні органи й організації.

*Чинниками* формування глобального інформаційного простору є: *економічний*, пов'язаний з потребою в обміні інформацією про товари, послуги, ринки, кон'юктуру, тощо, тобто з потребою розвитку економіки; *політичний*, пов'язаний з потребою політичного керівництва країн бути обізнаними у сфері міжнародних відносин, у способах, формах і методах впливу на міжнародну ситуацію для отримання результату, бажаного з погляду національно-державних інтересів; *культурний*, пов'язаний з потребою співіснування й розвитку соціумів шляхом обміну й взаємозбагачення культур; *науково-технічний*, що обумовлює потребу обміну інформацією про новітні досягнення науки й техніки між різними народами й країнами, а також надає необхідні засоби для розширення можливостей передачі інформації з усіх видів знання; *емоційно-психологічний*, що закладений у самій природі людини й збуджує її цікавість.

**Глобальна інформаційна інфраструктура<sup>63</sup>** – сукупність інтерактивних електронних мереж, телекомунікаційних систем та мереж загального користування, які уможливають використання нових комунікаційних засобів, інформаційних послуг та міжнародний інформаційний обмін для транскордонної передачі інформації й забезпечення доступу користувачів до інформації й знань.

У межах функціонального підходу глобальна інформаційна структура розглядається як сукупність трьох базових рівнів: мережева інфраструктура, програмне забезпечення середнього рівня, рівень додатків. У межах інституційного підходу глобальна інформаційна структура розглядається як система інститутів, що забезпечують обмін інформацією, необхідної для нормального функціонування всіх інститутів інфраструктури (бібліотеки,

---

<sup>63</sup> Міжнародна інформація: терміни і коментарі. Навчальний посібник / Макаренко Є. А., Рижков М. М., Кучмій О. П., Фролова О. М. – Вид. 2-ге, доповн. та переробл. – К.: Центр вільної преси, 2016. – С. 46.

мас-медіа, бази і банки даних, інтегровані за допомогою Інтернету й інших відкритих інформаційних систем).

Основоположні *принципи*, що лежать в основі глобальної інфраструктури: сприяння відкритій конкуренції; заохочення приватних інвестицій; визначення гнучких регулюючих структур; забезпечення відкритого доступу до мереж; гарантія загального забезпечення доступу до послуг; забезпечення рівних можливостей для користувачів; сприяння різноманітності контенту, включаючи культурне і мовне різноманіття; визнання необхідності міжнародної співпраці з особливою увагою до найменш розвинених країн. Ці принципи застосовуються для: підтримки здібності до взаємодії і взаємозв'язку; розвитку глобальних ринків для мереж, послуг і додатків; гарантії конфіденційності і захисту даних; захисту прав інтелектуальної власності; співпраці в науково-дослідній діяльності і розробці нових застосувань; моніторингу соціального і суспільного значення інформаційного суспільства.

Кінцевою метою формування глобальної інформаційної інфраструктури є гарантія для кожного громадянина доступу до інформаційного суспільства, що включає: 1) соціально-економічну складову (встановлення зразків поведінки і етикету, створення культурних цінностей і предметів мистецтва, створення нових регулюючих органів, законів і положень); 2) індустріальну складову (створення додатків і послуг, побудову інформаційних мереж, виробництво технічних засобів).

**Світові інформаційні ресурси**<sup>64</sup> – об'єктивна реальність, яка відображає удосконалення та ускладнення національних інформаційних ресурсів, що постійно зростають, тому підтримувати цей процес зусиллями однієї країни або груп країн неможливо, оскільки для цього потрібні значні фінансові, людські й матеріальні ресурси. Інформаційні ресурси в політичній сфері виступають основою для ухвалення керівних політичних рішень; в економічній сфері – основою для формування інформаційного й інтелектуального капіталу; у

---

<sup>64</sup> Міжнародна інформація: терміни і коментарі. Навчальний посібник / Макаренко С. А., Рижков М. М., Кучмій О. П., Фролова О. М. – Вид. 2-ге, доповн. та переробл. – К.: Центр вільної преси, 2016. – С. 53.

суспільній сфері – основою для формування суспільства достатку, в якому інформаційні блага прирівнюються до соціальних благ.

**Міжнародні інформаційні потоки**<sup>65</sup> – інформація, яка переміщується у просторі і часі через державні кордони. Каналами комунікації є: мас-медіа, нові інформаційні технології, спортивні, політичні, економічні, культурні, освітні обміни, туризм, міграція, персональні контакти тощо.

Сучасні тенденції міжнародних інформаційних потоків: 1) сучасні міжнародні інформаційні потоки вирізняються своєю прозорістю, відкритістю, а також відповідністю міжнародним нормам і стандартам обробки і поширення інформації; 2) посилився вплив «громадянської журналістики» на міжнародному рівні завдяки новітнім видам комунікації; за браком часу більшість інформаційних повідомлень сучасна людина сприймає через Інтернет, а також через призму власних фільтрів: електронна пошта, певна вибірка посилок в Інтернеті, спеціалізовані портали, сайти тощо; 3) трансформаційним суспільствам (зокрема пострадянським країнам), які вже почали розвивати власні міжнародні інформаційні потоки, притаманний вплив моделей національної ідентичності. Зовнішня ж політика країн, які володіють потужними інформаційними системами, спрямована на забезпечення права на інформацію кожного громадянина за умов дотримання етнотолерантності в суспільстві; 4) бурхливий економічний розвиток спричинив інтенсивну активізацію східноазійського інформаційного потоку, який став конкурентоспроможним на рівні західноєвропейського. Міжнародний інформаційний потік з країн арабського світу також визначено як пріоритетний.

Цілеспрямований вплив інформаційних потоків сприяє здійсненню змін у природі та ресурсах влади, цінностях та сприйнятті індивідуумів, національних та міжнародних системах.

Зокрема інформаційні потоки впливають: *на індивідуальному рівні* – на судження, культуру, освіту, роботу, відпочинок; *на інституціональному* – на

---

<sup>65</sup> Міжнародна інформація: терміни і коментарі. Навчальний посібник / Макаренко С. А., Рижков М. М., Кучмій О. П., Фролова О. М. – Вид. 2-ге, доповн. та переробл. – К.: Центр вільної преси, 2016. – С. 59.

політику, економіку, релігію; *на груповому* (соціальному, етнічному, професійному, віковому та ін.) – на ідентичність, мобілізацію, участь тощо; *на міждержавному* – на співробітництво (конфлікт), ресурси, транснаціональні корпорації тощо.

Світ отримує 80 % новин від провідних західних країн, лідером є США.

**Інформаційний імперіалізм**<sup>66</sup> – глобальне домінування окремих націй і держав в інформаційній сфері, яке здійснюється завдяки потужній інформаційній та фінансовій базі шляхом нав'язування певної ментальності й світогляду (країни, яка прагне домінувати) і одночасне руйнування самобутності держав – «жертв» такої політики (країни, на які спрямовано політику інформаційного імперіалізму).

**«Цифровий розрив»**<sup>67</sup> (цифрова нерівність, інформаційна ізоляція, інформаційний / цифровий розкол / розподіл, цифрове / електронне провалля і т.п.) - це новий вид соціальної диференціації, що виникає з різних можливостей використання новітніх ІКТ; нерівність доступу до інформаційної інфраструктури через незбалансованість чи асиметричність інформаційного розвитку, неспроможність або свідому відмову від інформаційного розвитку як складової національної стратегії розвитку держави.

*Причини «цифрового розриву»:* відсутність необхідної інфраструктури й інвестицій; нестача кваліфікованих кадрів і недостатня комп'ютерна грамотність населення; наявність регуляторних, політичних і нормативних положень, що заважають державно-приватному партнерству; відсутність відповідних додатків ІКТ; специфічні умови окремих територій (низька щільність населення, складні геологічні й кліматичні умови); недоброчесна конкуренція чи монополізація ринків інформаційних продуктів та послуг; недостатній рівень захисту даних тощо.

---

<sup>66</sup> Міжнародна інформація: терміни і коментарі. Навчальний посібник / Макаренко Є. А., Рижков М. М., Кучмій О. П., Фролова О. М. – Вид. 2-ге, доповн. та переробл. – К.: Центр вільної преси, 2016. – С. 44.

<sup>67</sup> Міжнародна інформація: терміни і коментарі. Навчальний посібник / Макаренко Є. А., Рижков М. М., Кучмій О. П., Фролова О. М. – Вид. 2-ге, доповн. та переробл. – К.: Центр вільної преси, 2016. – С. 34-37.

*Види «цифрового розриву»:* відсутність доступу до ІКТ та / чи відсутність доступу до Інтернету; незначне поширення широкосмугового доступу; відсутність контенту різними мовами; географічні й мовні бар'єри; культурні відмінності й особливості сприйняття новітніх ІКТ і знань; релігійні бар'єри й обмеження; загальний рівень освіченості користувачів та рівень інформаційної культури; вікові особливості опанування нових технологій; різні можливості доступу за гендерною ознакою та станом здоров'я (неповносправні громадяни); соціально-економічні можливості різних верств населення; відмінність у можливостях доступу до ІКТ та знань міських та сільських жителів тощо.

*Шляхи подолання «цифрового розриву»:* активна участь та допомога урядів держав, міжнародних організацій, міжнародне співробітництво; подолання розриву в можливостях доступу до ІКТ; поширення комп'ютерної техніки і створення програмного забезпечення, освітніх програм, пристосованих до потреб кожного регіону; впровадження високих технологій в освітню сферу й поширення сучасних і доступних за ціною засобів інтернет-зв'язку; економічний розвиток країни, який сприяє використанню громадянами потенціалу ІКТ тощо.

#### **§ 4. Інформаційне суспільство. Суспільство знань**

**Інформаційне суспільство:** 1) це таке суспільство, в якому виробництво і споживання інформації є найважливішим видом діяльності, а інформація визнається найзначнішим ресурсом; 2) це суспільство, в якому реалізовано загальний доступ до глобальних джерел інформації і автоматизованої її обробки; 3) ступінь розвитку сучасної цивілізації, що характеризується збільшенням ролі інформації і знань в житті суспільства, зростанням частки інформаційно-комунікаційних технологій, інформаційних продуктів і послуг у валовому внутрішньому продукті, створенням глобального інформаційного простору, що забезпечує ефективну інформаційну взаємодію людей, їх доступ до світових інформаційних ресурсів і задоволення їх соціальних і особистих

потреб в інформаційних продуктах і послугах; 4) теоретична концепція постіндустріального суспільства, історична фаза можливого еволюційного розвитку цивілізації, в якій інформація і знання продукуються в єдиному інформаційному просторі; 5) суспільство, економіка якого базується на інформаційних технологіях і яке соціально трансформується з метою допомоги індивідам і спільнотам використовувати знання й ідеї. Головними продуктами виробництва інформаційного суспільства є інформація і знання<sup>68</sup>.

Характерними *рисами* інформаційного суспільства є:

- формування єдиного інформаційно-комунікаційного простору країни, як частини глобального інформаційного простору, повноправна участь в процесах інформаційної і економічної інтеграції регіонів, країн і народів;

- становлення і в подальшому домінування в різних сферах перспективних інформаційних технологій, засобів обчислювальної техніки і телекомунікацій;

- створення і розвиток ринку інформації і знань як факторів виробництва (на додаток до ринків природних ресурсів, праці і капіталу), перехід інформаційних ресурсів суспільства в реальні ресурси соціально-економічного розвитку, фактичне задоволення потреб суспільства в інформаційних продуктах і послугах;

- зростання ролі інформаційно-комунікаційної інфраструктури в системі суспільного виробництва;

- підвищення рівня освіти, науково-технічного і культурного розвитку завдяки розширенню можливостей систем інформаційного обміну на міжнародному, національному і регіональному рівнях; підвищення ролі кваліфікації, професіоналізму і здібностей до творчості як найважливіших характеристик послуг праці;

- створення ефективної системи забезпечення прав громадян і соціальних інститутів на вільне одержання, поширення і використання інформації як найважливішої умови демократичного розвитку.

---

<sup>68</sup> Міжнародна інформація: терміни і коментарі. Навчальний посібник / Макаренко Є. А., Рижков М. М., Кучмій О. П., Фролова О. М. – Вид. 2-ге, доповн. та переробл. – К.: Центр вільної преси, 2016. – С. 127.

Інформація й знання відіграють вагому роль у кожній із систем інформаційного суспільства:

- технологічна: поширення інформаційних технологій у суспільному житті (у виробництві, установах, системі освіти й у побуті);

- соціальна: інформація викликає зміни якості життя, формується «інформаційна свідомість», інформаційна культура в широкому й вільному доступі до інформації;

- економічна: інформація стає провідним ресурсом економіки;

- політична: свобода одержання й поширення інформації впливає на політичний процес, зміни якого виражаються в зростанні участі й консенсусу між різними класами й соціальними верствами населення;

- культурна: визнання культурної цінності інформації сприяє утвердженню інформаційних цінностей в інтересах розвитку окремого індивіда й суспільства загалом.

*Тенденції розвитку майбутнього інформаційного суспільства:*

1) підвищується роль інформаційного сектора як у сфері послуг, так і в народному господарстві в цілому; всі інфраструктурні галузі, серед яких культура й освіта, туризм та охорона здоров'я, транспорт і торгівля, у своєму розвитку опиратимуться на досягнення інформаційної революції, і використовуватимуть інформаційно-комунікаційні засоби й послуги у своїй діяльності;

2) інтеграція телекомунікаційних та інформаційних структур призведе до появи нових галузей економіки, нових продуктів і послуг, задоволення нових потреб; інтеграція технологій і послуг прискорить розвиток торгівлі, здійснення банківських, бібліотечних, освітніх, медичних та інших послуг;

3) глобалізація інформаційних і телекомунікаційних секторів призводить до створення глобального інформаційного простору без кордонів; підвищується правова грамотність населення, підсилюються процеси демократизації держави, поліпшуються можливості реалізації прав на свободу слова;

4) підвищується ефективність соціальної політики, зокрема, змінюється структура розподілу часу між робочим часом і дозвіллям на основі появи нової форми зайнятості — «телероботи»: роботи без просторової прив'язки з використанням телекомунікаційних каналів оперативного доступу. Як наслідок, неповносправні громадяни, а також жителі регіонів з низьким рівнем зайнятості, одержують можливість здійснювати свою діяльність, не виходячи з дому;

5) з'являється нова політична культура з більш повною реалізацією принципів свободи слова через електронні засоби масової інформації; розширюються можливості для прояву політичної активності громадян, що одержують більший доступ до державних нормативно-правових актів і висловлення своєї точки зору через засоби телекомунікацій;

б) з'являється нова інформаційна культура, що передбачає вміння працювати з інформацією, використовувати її, обробляти, зберігати й передавати. Нова культура спілкування відкриває нові форми особистих і професійних зв'язків за допомогою електронної пошти, www, телеконференцій, соціальних мереж, тобто без особистої присутності, але в режимі діалогу.

В інформатизації суспільства є й негативні сторони:

- втручання в приватне життя (несанкціонована електронна пошта, реклама, віруси);
- «цифровий розрив»;
- інформаційна / комп'ютерна залежність.

У кінці XX ст. ЮНЕСКО висловила занепокоєння тим, що економісти, соціологи й філософи наголошували лише на ролі інформації у побудові інформаційного суспільства, й вважала такі ідеї обмеженими й однобокими. ЮНЕСКО стоїть на позиції просування та розвитку концепції суспільства знань, яка базується на врахуванні змін у суспільстві, що постійно зростають та на динамічності навколишнього світу. Інформаційне суспільство розглядають як функціональний блок суспільства знань: концепція інформаційного суспільства пов'язана з ідеєю технічних інновацій, тоді як суспільство знань



охоплює соціальні, культурні, економічні, політичні та інші аспекти суспільних перетворень, а також більш широкий та багатогранний погляд на розвиток суспільства майбутнього. Суспільство знань – це наступна фаза розвитку інформаційного суспільства.

У 2005 р. ЮНЕСКО запропонувала таке визначення «**суспільства знань**»: це суспільство, джерелом розвитку якого є власна багатоманітність та власні здібності; знання перетворилося на предмет колосальних економічних, політичних і культурних інтересів настільки, що може служити для визначення якісного стану суспільства, контури якого лише починають перед нами вимальоватися.

Суспільство знань відрізняється від інформаційного суспільства в тому, що 1) слугує для перетворення інформації в ресурси, які дають змогу суспільству вживати ефективних заходів, у той час як останнє тільки створює і поширює вихідні дані; 2) характерними рисами суспільства знання та його ключовими цінностями є навчання для всіх упродовж життя і розвиток усього різноманіття знань як цінності.

Риси суспільства знань: його актори здатні створювати і інтегрувати нові знання; інформація, знання та інші інтелектуальні ресурси дають змогу суспільству вживати ефективних дій та знаходяться у вільному доступі; джерелом розвитку суспільства є власна багатоманітність та власні здібності; ключовими характеристиками є навчання впродовж життя, дотримання принципу рівних можливостей та універсального доступу усіх до знань та інформації.

Суспільство знання заохочує дотримання прав людини і передбачає рівні можливості та універсальний доступ для всіх у створенні знань. ЮНЕСКО визначає чотири *принципи*, необхідні для побудови рівноправного суспільства знань: культурна різноманітність, рівний доступ до освіти та навчання, загальний доступ до інформації у відкритому доступі, свобода вираження думок.

## § 5. Концепції інформаційного суспільства й суспільства знань

Авторство терміну «інформаційне суспільство» достатньо спірне, але майже усі дослідники погоджуються, що термін народився у другій половині ХХ ст. у Японії як головний конструктор локального технологічного розвитку, що було підтверджено доповіддю професора Токійського технологічного інституту Ю. Хаяші й науковими доповідями й звітами японському уряду, де були змальовані контури інформаційного суспільства. Інші дослідники датують появу терміну дещо раніше і пов'язують з науковими ідеями Ф. Махлупа (США) й Е. Умесао (Японія) (кінець 50-х – початок 60-х рр. ХХ ст.), які, проаналізувавши еволюцію людства крізь призму прогресу знання, висунули тезу про становлення інформаційного суспільства.

Сьогодні вже доведено, що справжнім «батьком-засновником», щоправда, не самих концепцій, а лише ідей щодо інформаційного суспільства та суспільства знань, можна вважати *Френсіса Бекона* (1561 – 1626 рр.), який 1) переконливо довів важливість одержання й використання інформації в усіх сферах суспільного життя, зокрема в політичній, та передбачав посилення цієї тенденції в майбутньому; 2) винайшов спосіб, який пізніше було покладено в основу двійкової системи обчислення як найбільш зручного механічного, алгебраїчного опрацювання, збереження і передачі інформації, що в подальшому було використано для створення комп'ютера; 3) запропонував досить вдалу класифікацію знань та вказав на їх провідне місце і дедалі зростаючу роль у розвитку людської цивілізації<sup>69</sup>.

Однак більшість ідей Ф. Бекона, зокрема, щодо місця і ролі знань у розвитку людської цивілізації, більше трьох століть залишалися незатребуваними. Одним із перших, хто в ХХ ст. звернувся до них, був видатний український мислитель *В. І. Вернадський* (1863 – 1945 рр.), наукові ідеї якого були пов'язані з особливостями становлення концепцій

---

<sup>69</sup> Картунов О. В. Інформаційне суспільство: аналіз політичних аспектів зарубіжних концепцій: монографія / О. Картунов, О.О. Маруховський. – К.: Університет економіки та права «КРОК», 2012. – С. 44-55.

інформаційного суспільства та суспільства знань. Сутність і особливості цих ідей зводяться до наступного: 1) В. І. Вернадський виявив і обґрунтував тенденцію швидкого і потужного зростання впливу науки та наукового знання на всі сфери суспільного життя, у тому числі на соціально-політичну сферу; розглядав наукові знання як засіб, який може дати сенс і мету існування людини і позбавити її від непотрібних страждань (наприклад, голоду, злиднів, убивств у війні, хвороб); 2) здійснив ґрунтовний аналіз процесів розвитку засобів масової інформації і особливо місця й ролі самої інформації в розвитку суспільно-політичного життя. Зокрема науковець наголошував, що подія, яка відбувається в глухому куточку будь-якого континенту чи океану, відбивається і має наслідки в інших місцях; телеграф, телефон, радіо, аероплани, аеростати охопили всю земну кулю й зв'язки стають все більш простими і швидкими; 3) розробив концепцію «ноосфери» як сфери розуму. Сутність цієї концепції полягає у визнанні переходу біосфери до ноосфери та в аргументованому доведенні, що це відбувається внаслідок швидкого розвитку науки і наукового знання та його зростаючого впливу на людину, суспільство і природу, на планету в цілому. Основною рушійною силою, яка формує ноосферу є зростання наукового знання. Пізніше американські науковці Ф. Махлуп й П. Дракер увели поняття «суспільство знань» і саме їх почали вважати засновниками концепції суспільства знань<sup>70</sup>.

У 1966 р. в Японії вийшла праця засновника й тодішнього президента Інституту інформаційного суспільств в Токіо, професора, радника кількох провідних інформаційних корпорацій *Йонезі Масуди* «Комп'ютопія», де він першим у світовій науці ввів й обґрунтував такі поняття як «інформаційне суспільство», «глобальне інформаційне суспільство», «інформаційна цивілізація», «інформаційна епоха», «глобальний інформаційний простір». На думку Й. Масуди комп'ютопія – це 1) суспільство майбутнього, в якому кожна людина розпоряджається своїм часом з користю для себе; 2) усім надана

---

<sup>70</sup> Картунов О. В. Інформаційне суспільство: аналіз політичних аспектів зарубіжних концепцій: монографія / О. Картунов, О.О. Маруховський. – К.: Університет економіки та права «КРОК», 2012. – С. 56-65.

свобода прийняття рішень, створення різних організацій і співтовариств, діяльність яких спрямована на досягнення певної єдиної мети; 3) суспільство, яке вільне від будь-якого панівного впливу; 4) зростання ролі інформаційних ресурсів призведе до повної об'єктивізації інформації, тобто до відокремлення її від суб'єкта інформації, від первинної форми. Комп'ютер доводить процес об'єктивізації до остаточного відчуження інформації від людини і на цій стадії для виробництва інформації люди вже не будуть потрібні; 5) «інформаційна користь» є символом інформаційного суспільства, в якому інформаційна інфраструктура складається з комп'ютерних та комунікаційних мереж, за допомогою яких можна обробляти інформацію, отримувати різні інформаційні послуги, а будь-яка людина, де б вона не знаходилася в певний момент, могла б у будь-який час легко, швидко і недорого отримувати необхідну інформацію. Інакше кажучи, науковець передбачив створення глобальної мережі Інтернет, а також можливість за допомогою ІКТ й телекомунікацій швидко здійснювати обмін інформацією, а як наслідок – побудову інформаційного та телекомунікаційного мережевих суспільств<sup>71</sup>.

Проте слід зауважити, що спершу для позначення нової фази розвитку суспільства науковці використовували термін «постіндустріальне суспільство». Деніел Белл (професор Гарвардського університету) виклав свою концепцію постіндустріального суспільства в книзі «Прийдешнє постіндустріальне суспільство. Досвід соціального прогнозування» (1973 р.). Виходячи з того, що розвиток техніки, виробництва автоматично веде до соціальних змін, Д. Белл вказує, що виробничі відносини, відносини власності не відіграють суттєву роль у переході до нового, досконалішого постіндустріального суспільства, яке має такі п'ять основних ознак: 1) у сфері економіки відбувається зрушення від виробництва товарів до виробництва послуг (в охороні здоров'я, освіті, управлінні, науці тощо); 2) у сфері зайнятості переважають працівники розумової праці; 3) серед факторів, що визначають політику та нововведення,

---

<sup>71</sup> Картунов О. В. Інформаційне суспільство: аналіз політичних аспектів зарубіжних концепцій: монографія / О. Картунов, О.О. Маруховський. – К.: Університет економіки та права «КРОК», 2012. – С. 88-120.

центральне місце займають теоретичні знання; 4) здійснюється планування розвитку техніки та контроль за її використанням; 5) в управлінні використовуються нова інтелектуальна технологія та її методи, моделі функціонування суспільства та його майбутнього. На відміну від індустріального суспільства, де панують економічні інститути, в постіндустріальному суспільстві панують політичні інститути, а економіка підпорядковується політичній системі. Заміщення фізичної праці працею інтелектуальною, тобто зниження зайнятості у сфері виробництва і, відповідно, збільшення у сфері послуг розглядається науковцем як розвиток нового інформаційного суспільства. Оскільки «сировиною» для нефізичної праці є інформація, істотне збільшення частки праці в інформаційній сфері може розглядатися як виникнення інформаційного суспільства. Белл стверджував, що інформаційне суспільство – це постіндустріальне суспільство, в якому розгортається інформаційна революція<sup>72</sup>.

Варіант концепції постіндустріального суспільства сформулював *Елвін Тоффлер* у книзі «Третя хвиля». Спостерігаючи занепад старих і виникнення нових галузей виробництва, науковець запропонував можливу трансформацію соціальної і технологічної реальностей, назвавши їх третьою хвилею (у своєму розвитку, за Тоффлером, суспільство пройшло три стадії розвитку, які приходили хвилеподібно на зміну одна одній: аграрна, індустріальна й постіндустріальна). Він бачить безпосередній зв'язок у зміні техніки і способу життя, їх цінностей: техніка обумовлює тип суспільства і тип культури, причому вплив має хвилеподібний характер. За його визначенням, інформаційне суспільство – це суперіндустріальне суспільство, складне, таке, що швидко розвивається, суспільство, засноване на найбільш передовій технології і постматеріалістичній системі цінностей. Учений зазначає, що у новому суспільстві серед незліченних можливостей влади три основні її джерела – насильство, багатство й знання – виявляються найбільш значимими.

---

<sup>72</sup> Міжнародна інформація: терміни і коментарі. Навчальний посібник / Макаренко С. А., Рижков М. М., Кучмія О. П., Фролова О. М. – Вид. 2-ге, доповн. та переробл. – К.: Центр вільної преси, 2016. – С. 130.

При цьому «кожне з них може приймати безліч різних форм у грі під назвою «влада». Знання (у вигляді інформації, науки, мистецтва, освіти та ін.) у сучасному світі за своїми характеристиками випереджають силу та багатство і значною мірою визначають характер влади. За переконанням Тоффлера, саме контроль над знаннями буде визначати сутність майбутніх конфліктів – «битв за владу в усіх інститутах людства». Головними галузями ери Третьої Хвилі, що спричинять значні зрушення в економічній потужності, соціальній та політичній сферах, є електроніка, комп'ютери, молекулярна біологія й генетика, комерційне використання космосу й океану<sup>73</sup>.

*Том Стоуньєр* вважав, що обладнання та машини є не тільки втіленням праці, а й втіленням інформації. Інформацію, як і капітал, можна накопичувати та зберігати для майбутнього використання. В постіндустріальному суспільстві національні інформаційні ресурси – це його основна економічна цінність, найдорожче джерело добробуту. За визначенням Стоуньєра, існує три основних засоби, якими держава може збільшувати своє багатство: постійне накопичення капіталу; військові завоювання та територіальні приборкування; використання нових технологій, що переводять вторинну сировину у ресурси. Завдяки високому рівню розвитку технології у постіндустріальній економіці перехід від «не-ресурсів» до ресурсів стає основним принципом створення нового багатства. Угоди з приводу матеріальних речей ведуть до конкуренції, у той час, коли інформаційний обмін – до співробітництва. Отже, інформація – це ресурс, яким можна без жалю ділитися; на відміну від споживання матеріалів чи енергії, які постійно зменшуються; використання інформації збільшує знання людини, підвищує організованість в середовищі та зменшує невизначеність<sup>74</sup>.

*Мануель Кастельс* у своїх працях не вживає поняття «інформаційне суспільство»; на його думку, всі суспільства використовували інформацію і

---

<sup>73</sup> Картунов О. В. Інформаційне суспільство: аналіз політичних аспектів зарубіжних концепцій: монографія / О. Картунов, О.О. Маруховський. – К.: Університет економіки та права «КРОК», 2012. – С. 123-140.

<sup>74</sup> Картунов О. В. Інформаційне суспільство: аналіз політичних аспектів зарубіжних концепцій: монографія / О. Картунов, О.О. Маруховський. – К.: Університет економіки та права «КРОК», 2012. – С. 277-280.

тому були інформаційними. М. Кастельс вводить новий термін – «інформаціоналізм», який означає «дію знання на знання як основне джерело продуктивності». «Інформаціональне суспільство», за Кастельсом, будується таким чином, що генерування, обробка та передача інформації стали фундаментальними джерелами продуктивності та влади. Розвиток інформаціоналізму, на думку вченого, призводить до появи мережевого суспільства і «нової економіки». У праці «Інформаційна епоха: економіка, суспільство і культура», М. Кастельс показує особливості переходу до «інформаційної епохи», головною межею якої стають мережі, що зв'язують між собою людей, інститути і держави. Сучасний глобальний інформаційний простір нав'язує індивіду комунікацію, а обсяг інформації, який постійно зростає, примушує сприймати її не через її теоретико-пізнавальну роль, а через емоційно-образне враження. Дотримуючись думки, що сама природа інформації дає їй змогу легко долати будь-які перешкоди і кордони, М. Кастельс характеризує інформаційну еру як епоху глобалізації. При цьому мережеві структури є водночас і засобом, і продуктом глобалізації суспільства<sup>75</sup>.

Істотний внесок в розвиток доктрини постіндустріалізму вніс відомий американський політолог *Збігнев Бжезінський*, який виклав основні положення своєї концепції в книзі «Між двох століть. Роль Америки в технотронну еру». Постіндустріальне суспільство стає технотронним суспільством, яке в культурному, психологічному, соціальному і економічному середовищі формується під впливом техніки і електроніки, особливо розвиненої в області комп'ютерів і комунікацій. Технотронна революція накладає свій відбиток на характер образного сприйняття дійсності, рушаються традиційні зв'язки в сім'ї і між поколіннями, суспільне життя фрагментується, не дивлячись на зростаючі тенденції до глобальної інтеграції. Цей парадокс, на думку З. Бжезінського, призводить до краху старих вірувань, пов'язаних з національними й

---

<sup>75</sup> Міжнародна інформація: терміни і коментарі. Навчальний посібник / Макаренко Є. А., Рижков М. М., Кучмій О. П., Фролова О. М. – Вид. 2-ге, доповн. та переробл. – К.: Центр вільної преси, 2016. – С. 133-134.

ідеологічними спільнотами, й формує нове глобальне бачення світу. Технотронна революція носить не локально-територіальний, а глобальний характер, поступово охоплюючи весь світ. Електронні аудіовізуальні засоби зв'язку створюють нове бачення світу і новий шлях до рівності – через деідеологізацію, що 1) означає звільнення від усіх організованих форм віри і, 2) пропонує обирати стилі життя, спираючись на свої відчуття і потреби, а не на цілі, котрі лежать в основі політичних програм і рухів. Ця нова революція, відзначає З. Бжезінський, майже одночасно впливає на всю планету, і в результаті всі новації і чудасії у формах поведінки швидко переміщуються від одного суспільства до іншого<sup>76</sup>.

У 1962 р. канадський учений *Герберт Маршал Маклюен* (іноді в українському перекладі – Маклуген) вводить поняття «електронне суспільство». За словами Маклюена, інформація, передана в електронному вигляді, здатна віртуально подолати практично будь-які географічні відстані між центром прийняття рішень, виробництвом і розподілом в усьому світі. Засоби електронного віддаленого зв'язку допомагають не тільки розширити можливості соціальної організації населення, а й скасувати їх просторову фрагментацію, даючи змогу таким чином одній події у віддаленій частині світу впливати на іншу географічно віддалену. Як наслідок, світ перетворюється на «глобальне село», пов'язане сучасними електронними засобами комунікації. Слід зауважити, що у концепції Маклюена, перш за все, йшлося про роль телебачення як засобу інформування та зв'язку; з розвитком Інтернету й соціальних медіа ідея «глобального села» набуває особливої актуальності.

Австро-американський дослідник *Фріц Махлун* у праці «Продуктування і поширення знань у США» (1962 р.) 1) обґрунтував актуальність дослідження проблем продуктування і поширення знань, вказавши на одинадцять чинників цієї актуалізації, зокрема на: зростання виробництва знань; збільшення бюджетних асигнувань на виробництво і поширення знань; залежність значної

---

<sup>76</sup> Міжнародна інформація: терміни і коментарі. Навчальний посібник / Макаренко Є. А., Рижков М. М., Кучмій О. П., Фролова О. М. – Вид. 2-ге, доповн. та переробл. – К.: Центр вільної преси, 2016. – С. 131-133.



частини цих асигнувань від державного фінансування; вдосконалення політики щодо розподілу суспільних фондів; корисність знань для суспільства і людини та ін.; 2) удосконалив існуючі на той час визначення понять «знання» і «виробництво знань» та намагався дати порівняльний аналіз понять «знання» та «інформація»; 3) уточнив існуючу класифікацію знань і запропонував дещо оновлений її варіант, назвавши його «ілюстративною класифікацією». Зокрема, Ф. Махлуп поділив знання на п'ять видів: практичні знання (професійні знання, економічні знання, політичні знання та інші практичні знання); інтелектуальні знання; буденні або розважальні знання; духовні знання; непотрібні знання; 4) уточнив основні функції знань у розвитку суспільства, вказавши, зокрема, на такі з них, як: а) функція виробництва знань; б) функція поширення знань; в) функція виробництва інших товарів і послуг; г) функція задоволення різноманітних потреб; д) функція розподілу коштів; 5) увів нове поняття «індустрія знань» («knowledge industry»), в яке включив п'ять видів людської діяльності: освіту; наукові дослідження і розробки; засоби спілкування; інформаційні машини; інформаційні послуги.

Однією з не багатьох справді оригінальних і суто політологічних ідей Ф. Махлупа та їх особливістю було визнання органів державного управління «однією з галузей виробництва знань». Уряд, зазначав він, відіграє важливу роль у виробництві знання, зокрема: а) в освіті; б) у дослідженнях і розробці; в) у книжково-видавничій справі та г) у поштової службі. До виробництва знань Ф. Махлуп додатково включав: 1) «сам акт «правління», оскільки він складається з формулювання правил поведінки та з передач їх тим, хто повинен їм підкорятися, а також тим, хто наглядає за поширенням та контролює виконання цих правил»; 2) законодавчу діяльність, «адже законодавчі органи часто називають дискусійними клубами, а дискусії проводяться лише з метою створення і змінення уявлень у свідомості учасників дискусій та всіх присутніх; окрім того, новостворювані закони, розроблені законодавчими органами, є новими для суспільства знання, що вимагають уваги з боку всіх, кого вони можуть стосуватися»; 3) юридичну діяльність уряду, зокрема судів, «які

приймають рішення з метою змінити знання в думці одних і підтвердити знання в думці інших, а також створити знання в думці представників органів примусу»; 4) адміністративну діяльність державних органів, адже «давати керівні вказівки виконавцям означає створювати в їх думках знання»<sup>77</sup>.

Унаслідок стрімкого зростання обсягів інформаційної складової (зокрема, зростання ролі ІКТ у промисловому виробництві, збільшення придбання комп'ютерів, зростання витрат на купівлю інформації й інформаційних технологій тощо) рубіж 1980-1990-х рр. можна позначити як початок нового етапу в розвитку ідей постіндустріалізму. *Пітер Дракер* (іноді в українському перекладі як П. Друкер) у 1995 р. опублікував книгу «Посткапіталістичне суспільство», де зазначив, що сучасна епоха – це епоха радикальних змін основ суспільного устрою, трансформації капіталістичного суспільства в суспільство, засноване на знаннях (knowledge society). Всі економічно могутні держави – Великобританія, США, Німеччина – стали такими завдяки лідерству в розвитку техніки і технологій. Країни, що забезпечили різке зростання економіки після другої світової війни (Японія, Південна Корея, Тайвань, Сінгапур), зобов'язані своєму підйому системі професійно-технічного навчання. У своїй концепції П. Дракер співвідносить прогрес з трьома етапами зміни ролі знання в суспільстві: 1) перший етап пов'язаний із застосуванням знань для розробки знарядь праці, технологій і організації промислового виробництва; 2) другий етап – застосування знань до процесів організованої трудової діяльності; 3) третій (сучасний) етап характеризується тим, що знання стає основною умовою виробництва і «знання тепер використовується для виробництва знань»<sup>78</sup>. Перехід до «суспільства, побудованого на знанні» принципово змінює владну структуру суспільства: влада і контроль поступово переходять від володарів капіталу до тих, хто володіє знаннями й інформацією та ефективними технологіями їх використання. Причому цей перехід не заперечує значення

---

<sup>77</sup> Картунов О. В. Інформаційне суспільство: аналіз політичних аспектів зарубіжних концепцій: монографія / О. Картунов, О.О. Маруховський. – К.: Університет економіки та права «КРОК», 2012. – С. 273-276.

<sup>78</sup> Картунов О. В. Інформаційне суспільство: аналіз політичних аспектів зарубіжних концепцій: монографія / О. Картунов, О.О. Маруховський. – К.: Університет економіки та права «КРОК», 2012. – С. 282-290.

капіталу – як правило, капітал перерозподіляється, а точки концентрації знання і інформаційних технологій стають одночасно і точками управління фінансовими потоками.

## **§ 6. Моделі інформаційного суспільства**

Сьогодні практично всі країни світу зрозуміли, що інформаційне суспільство є не примарним майбутнім, а цілком реальним теперішнім, живучи в якому, слід дотримуватися його законів. Це зумовило появу багатьох програм становлення інформаційного суспільства, основними принципами яких є: сприяння динамічній конкуренції у сфері розвитку телекомунікацій; заохочення приватних капіталовкладень у розвиток інформаційної інфраструктури; участь у розробці гнучкого, здатного до адаптації, законодавства в сфері інформатизації; забезпечення відкритого доступу до інформаційних мереж; сприяння наданню громадянам ефективних і доступних інформаційних послуг; участь в обговоренні міжнародних проблем побудови глобального інформаційного суспільства.

Однак кожна країна реалізує ці принципи по-різному; успіх реалізації залежить від чіткої орієнтації програм саме на ті галузі, де конкретна держава має максимальні переваги перед іншими. У національних програмах визначальними (й іноді відмінними) є такі чинники: політичні стратегії, специфіка національних ринків, макроекономічна політика держави в контексті формування інформаційного суспільства, законодавчі традиції, розвиток інфоінфраструктури, економічні ресурси, характеристики національної культури і менталітету, що визначають розвиток інформаційного суспільства тощо. Проте незалежно від національних особливостей простежуються дві основні тенденції: 1) поєднання (злиття) державних і суспільних інтересів з приватною ініціативою з метою фінансування нового гармонійного суспільства; 2) розвиток міжнародної конкуренції для трансформації ринкових структур і подальшої конвергенції комунікаційної сфери.

На основі згаданих чинників виділяють два типи становлення інформаційного суспільства – західний і азійський<sup>79</sup>.

**Західний тип** становлення інформаційного суспільства узагальнює стратегії і програми індустріально розвинених країн – США, Канади, Сполученого Королівства, ФРН, Франції, країн Північної Європи. У рамках цієї моделі своєю специфікою вирізняються американо-англійська та європейська моделі.

*Американо-англійська модель* визначається загальною концепцією соціально-економічного розвитку, яка передбачає переваги приватного сектору над функціями держави в усіх напрямках розвитку суспільства. Ідея побудови інформаційних супермагістралей, створення національної і глобальної інфраструктури з метою зростання і динаміки економічного розвитку, запропонована 1993 р. як президентська стратегія США, покладена в основу всіх існуючих національних моделей становлення інформаційного суспільства.

Американо-англійська модель передбачає інтенсивний розвиток електронних комунікацій для встановлення соціальних, політичних, культурних зв'язків у суспільстві. Проблема поширення універсальних послуг має важливе значення в програмах інформаційного суспільства США та Великої Британії, вона вирішується за допомогою стратегії поліпшення якості інформаційних послуг, виваженої цінової політики, соціальної орієнтації суспільства. Специфічною рисою американо-англійської моделі інформаційного суспільства є вплив чинного законодавства на розвиток перспективних галузей економіки. Замовлення інформаційного суспільства обумовлює і диференціює трудове право, авторське право, право інтелектуальної власності, соціальний захист населення. У США спостерігається вичерпність трудових ресурсів (з одночасним поширенням сфери використання інформаційних послуг) і потребами поповнення їх завдяки новій «інтелектуальній» хвилі імміграції.

---

<sup>79</sup> Макаренко С. А. Європейська інформаційна політика: монографія / С. А. Макаренко. – К.: Наша культура і наука, 2000. – 368 с.

У межах американо-англійської моделі можна далі провести розмежування між американською й англійською моделями побудови інформаційного суспільства.

Особливості *американської* моделі: високий рівень продуктивності праці; орієнтація громадян на досягнення особистого успіху; збільшення сфери приватного бізнесу; зниження податків; мінімальна державне регулювання; законодавче забезпечення максимальної свободи суб'єктів ринку. Американська модель – це ліберальна ринково-капіталістична модель, що припускає пріоритетну роль приватної власності. Найбільший дохід державі приносять підприємства сфери обслуговування, такі як банківська справа, страхові компанії, Силіконова (Кремнієва) долина, яка є домівкою для багатьох ключових американських корпорацій, що спеціалізуються на сучасних електронних та інформаційних технологіях.

Головний девіз цієї моделі – залишити все в руках приватного сектора і сил ринку, повна лібералізація ринку ІКТ з акцентом на технічне забезпечення, створення мереж та інформаційних супермагістралей. Основною роллю держави є експорт інформаційного суспільства. Велика увага приділяється проблемі універсального обслуговування; саме йому відводиться роль противаги, коли політика лібералізації спрямована головним чином на поліпшення якості послуг і зниження їх ціни для ділових кіл, а не для населення в цілому. Основна увага приділяється розвитку домашніх розваг, що відповідає аудіовізуальній культурі США.

*Англійська* модель максимально близька до американської: роль держави обмежується створенням умов для ринкової конкуренції в інформаційній сфері; стратегія розвитку суспільства визначається як приватна ініціатива, лібералізація ринку телекомунікацій, створення мереж та інформаційних супермагістралей, захист нових структур на інформаційних ринках. У Великій Британії поділяють культурну стратегію континентальної Європи: збереження і культурної ідентичності і самобутності націй, створення європейської і культурної спадщини, забезпечення культурних прав національних меншин.

*Європейська модель* інформаційного суспільства вирізняється стратегією європейської інтеграції, поняттям «об'єднаної Європи», пошуком рівноваги між контролем держави і стихією ринку, динамічним поєднанням державних інтересів і прагнень приватного та корпоративного бізнесу. Характерними рисами європейської моделі є варіативність і політична спрямованість програм побудови інформаційного суспільства для різних країн, обумовлених новою європейською геополітикою, становленням інформаційної (інтелектуальної) економіки, різними можливостями постіндустріального розвитку. У рамках європейської моделі виділяють західноєвропейську, скандинавську, центральноевропейську, східноєвропейську стратегії.

Європейська модель заснована на громадяноцентричності, тобто – пріоритеті громадянського суспільства перед державою. Пріоритетними напрямками є: політика лібералізації й приватизації телекомунікацій; розвиток інформаційних послуг і мереж; розвиток технічного і соціально-інформаційного забезпечення; протидія інформаційним монополіям; створення ринку інформаційних послуг; недискримінація за інформаційною ознакою.

Практично кожна з країн Європи має програму, присвячену формуванню національної політики побудови інформаційного суспільства, причому ця політика сприймається не як данина моді, а як імператив, невиконання якого призводить до втрати конкурентоспроможності всієї країни, зниження рівня життя, втрати темпів розвитку й відкидання з передових економічних, торгових, технологічних позицій.

**Азійський тип**<sup>80</sup> інформаційного суспільства реалізує ідеологічну доктрину країн Азійсько-Тихоокеанського регіону, побудовану на філософських принципах конфуціанства, діяльності держави щодо інституціоналізації цих принципів, взаєморозуміння і взаємодопомоги в суспільстві для досягнення мети. В основі азійського типу – альтернативний соціально-економічний розвиток регіону, конкуренція із Заходом, утвердження

---

<sup>80</sup> Макаренко С. А. Європейська інформаційна політика: монографія / С. А. Макаренко. – К.: Наша культура і наука, 2000. – 368 с.

власних ціннісних орієнтацій, зв'язок між культурними традиціями (освіта, виробнича дисципліна, відданість корпорації, довіра, сімейна гармонія) і соціальними трансформаціями. Східноазійська модель, заснована на корпоративних та сімейних цінностях (держава, сім'я, суспільство і корпорації ототожнюються на засадах традиційної конфуціанської етики), проголошує вищою турботою держави суспільний лад і порядок.

Головною ознакою східноазійської моделі інформаційного суспільства є комунітарність, або корпоративність, яку обумовлює не лише політична традиція, але і спротив насильницькій глобалізації. Експансія транснаціональних компаній змушує держави організовуватися за їхніми зразками, так виникають «корпоративні держави» або «держави-корпорації». Мета у таких держав подвійна: 1) організований спротив експансії великих держав і приналежних до них за походженням та місцем сплати податків ТНК; 2) просування на зовнішні ринки ТНК власного національного походження. У таку корпорацію-державу перетворився, зокрема, Китай.

У рамках азійської моделі виділяють японську, младоазійську та індійську.

*Японська модель* постіндустріального розвитку спрямована на вдосконалення системи корпоративного управління за принципом ієрархічної піраміди, в основі якої три складові чинники: вдячність, відповідальність, гармонія. Вони виражають угоду про взаєморозуміння і взаємодопомогу вищого і нижнього рівнів управління в державі і якість цієї угоди, тобто розуміння статусу кожної групи відповідно до спільної мети.

У Японії одним з найважливіших факторів досягнення успіху завжди були і є великі витрати на наукові дослідження і розробки, високий пріоритет технологій в забезпеченні становлення інформаційного суспільства. Японська модель використовує пріоритетний розвиток інформаційних технологій і впровадження інформаційних послуг в усі сфери життєдіяльності країни. У 1983 р. Й. Масуда розробив «План становлення інформаційного суспільства в Японії до 2000 р.» з такими стратегічними цілями: побудова

тисяч взаємопов'язаних і сумісних телекомунікаційних мереж; розробка інформаційних пристроїв, що сполучають можливості комп'ютера, телевізора і факсу; розвиток програмного забезпечення й інформаційних послуг; підготовка кваліфікованих кадрів, здатних працювати з цими системами.

У ХХІ ст. стратегічна політика японського уряду полягає у стимулюванні інтелектуального розвитку нації, провідної ролі бізнесу для інформаційної економіки, розумінні інформаційного (інтелектуального) блага як спільного надбання суспільства. Для розвинутої інформаційної цивілізації характерними є підвищення рівня ефективності усіх суспільних процесів, зростання комфортності життя, доступність використання цифрової техніки, її адаптація до потреб споживачів. Для впровадження моделі інтелектуального суспільства прийнято політичні рішення про національну мету Японії в галузі високих технологій, інтенсифікацію діяльності у сфері інформаційної науки і техніки, інтелектуальної власності, ноу-хау як пріоритетних напрямів розвитку.

Роль бізнесу в розвитку нових технологій в Японії дуже велика, при цьому роль держави – створювати сприятливі умови для творчості, зменшувати ризик підприємців, що діють у пріоритетних сферах. Щоб вирішити поставлене завдання, збільшуються вкладення державного сектору у фундаментальні дослідження в сфері розробки нових шляхів передачі даних та інтелектуальних систем гнучкої обробки інформації.

*Младоазійська модель* передбачає стратегію регіону Східної і Південно-Східної Азії – епіцентру індустріального та інформаційного розвитку, до якого належать Південна Корея, Тайвань, Сінгапур і Гонконг, наближаються Таїланд, Малайзія, В'єтнам. Ця модель – трансформована японська ідея, успіх якої пов'язують з підтриманням сталого макроекономічного і політичного середовища й співробітництва держави з приватним капіталом. Уряди приймають рішення щодо вагомих інвестицій приватного сектору в інформаційну сферу, стимулюють створення матеріальної і соціальної інфраструктури (тобто, порушується фундаментальний принцип невтручання



держави у ринкові відносини). Державний контроль, його форми і методи можуть бути різними, але дилема «держава – ринок» виступає як соціально-політична, а не суто економічна. Младоазійська модель характеризується як політичне і економічне співробітництво держави і приватного сектору.

Східноазійський шлях побудови інформаційного суспільства знайшов найяскравіше втілення у Сінгапурі та Малайзії, де його характеризує феномен «інформаційного авторитаризму» або «авторитарної консолідації», пов'язаний із фактичним відлученням громадянського суспільства від впровадження різноманітних інформаційних інновацій. Натомість держава забезпечує суспільству можливість користуватися благами ІКТ, зокрема «електронного урядування».

Східноазійські країни переконливо доводять, що без істотного державного втручання неможлива інституціоналізація ринкової економіки включно із просуванням інноваційних інформаційних проєктів. Йдеться про створення у розвинених країнах Східної Азії низки установ і організацій, які: гарантують права власності, правила чесної відкритої конкуренції, дотримання контрактів тощо; стабілізують ринок через механізми кредитно-грошового регулювання і фінансового управління; здійснюють легітимацію «несправедливого» ринку через впровадження компенсаторних інструментів соціального захисту і страхування. Держава відіграє провідну роль організатора і гаранта у створенні «електронного урядування» та надійної модерної інформаційної інфраструктури.

На думку adeptів східної модернізації, саме «конфуціанський капіталізм» і «конфуціанська демократія» забезпечили країнам Східної Азії пришвидшений, зовні гармонічніший, ніж на Заході, відносно безкризовий економічний розвиток завдяки особливим цінностям, до яких зазвичай відносять: пріоритет корпоративізму над індивідуалізмом; перевагу особистих зв'язків і взаємних зобов'язань перед буквою закону; шанобливе ставлення до влади і соціальну ієрархію; прагнення консенсусу і соціальної гармонії; високу мотивацію до

навчання; працьовитість, ретельність і ощадливість; прийняття сильної держави, яка втручається в соціальні й економічні справи

*Індійська модель* своїм головним пріоритетом на шляху до інформаційного суспільства передбачає розвиток внутрішніх людських ресурсів. Акцент зроблено на ресурсах народонаселення, науково-технічному потенціалі (третьому у світі після США та Росії), чинному законодавстві, державному контролі у сфері виробництва інформаційних послуг. Специфіка ідеології інформаційного суспільства в Індії – поступова динаміка, опора на національні культурні традиції. Урядова політика визначає головним чинником становлення інформаційного суспільства – вдосконалення системи телекомунікацій, розвиток універсальних послуг на рівні світових стандартів, експорт програмного забезпечення у розвинуті країни світу. Індійська стратегія реформування передбачає інтенсивну інтеграцію азійської країни в глобальне інформаційне співтовариство. Важливу роль у такому прогресі відіграє політика реформування уряду, спрямована на забезпечення кожного громадянина універсальним доступом до інформаційно-технологічних ресурсів. Індія, де понад 50 % населення є неграмотним, створила за державної підтримки сучасну індустрію програмного забезпечення, що складає вже понад 1/5 індійського експорту.

## **§ 7. Електронне урядування**

Однією з ознак інформаційного суспільства є запровадження й вдосконалення системи електронного урядування в країні.

**Електронне урядування** – це 1) форма організації державного управління, яка сприяє підвищенню ефективності, відкритості та прозорості діяльності органів державної влади та органів місцевого самоврядування з використанням ІКТ для формування нового типу держави, орієнтованої на задоволення потреб громадян; 2) оптимізація процесу надання адміністративно-соціальних послуг, політичної участі громадян у державній розбудові шляхом зміни внутрішніх і

зовнішніх відносин за допомогою технічних засобів, Інтернету та сучасних засобів масової інформації; 3) система взаємодії органів державної влади з населенням, що будується на широкому застосуванні ІКТ з метою підвищення доступності та якості державних послуг, зменшення строків їх надання, а також зниження адміністративного навантаження на громадян та організації щодо їх отримання; 4) використання ІКТ для підвищення ефективності, економічності та прозорості уряду та можливості громадського контролю над ним<sup>81</sup>.

Державна політика розвитку інформаційного суспільства та електронного урядування повинна базуватись, насамперед, на *принципах* співробітництва та партнерства, що передбачає контроль дій держави з боку суспільства та бізнесу, виключає застосування командно-адміністративних моделей та директивних механізмів державного управління, нерівноправних взаємовідносин держави з іншими суб'єктами процесу та між собою. Крім вказаних вище принципів співробітництва та партнерства державна політика впровадження електронного урядування повинна обов'язково будуватись на системі таких принципів як: прозорість і відкритість влади; конфіденційність та інформаційна безпека; єдині технічні стандарти і їх взаємна сумісність; орієнтованість на інтереси і потреби споживачів послуг; підконтрольність та підзвітність органів влади громадянам та суспільству<sup>82</sup>.

Ця система принципів має бути обов'язково доповнена принципом першої особи, згідно з яким, отримання позитивних результатів в розв'язанні будь-якої проблеми можливо тільки за умови, що особа, яка приймає рішення, особисто опікується цією проблемою, здійснює свій владний вплив на інших суб'єктів для розв'язання проблеми.

Конфіденційність є зворотною стороною прозорості та відкритості і стосується специфіки життєдіяльності громадянина, суспільства та держави.

---

<sup>81</sup> Міжнародна інформація: терміни і коментарі. Навчальний посібник / Макаренко С. А., Рижков М. М., Кучмій О. П., Фролова О. М. – Вид. 2-ге, доповн. та переробл. – К.: Центр вільної преси, 2016. – С. 69-70.

<sup>82</sup> Журба Я. Комунікація уряду із суспільством. Бриф аналітичного документу [Електронний ресурс] / Журба Я., Андрусів В. – Режим доступу : <http://analytic.org.ua/wp-content/uploads/2015/06/Brief.pdf>

Впровадження електронного урядування робить систему державного управління більш уразливою з боку різного роду загроз: кіберзлочинності, кібертероризму, кібервійн, проведення спеціальних інформаційних операцій, розповсюдження недостовірної інформації, маніпулювання свідомістю громадян тощо. Тому обов'язковою підсистемою сучасних інформаційно-телекомунікаційних систем є підсистеми захисту інформації, що застосовуються в електронному урядуванні.

Реалізація принципу єдиних технічних стандартів в електронному урядуванні передбачає розробку та впровадження технічних регламентів, стандартів, єдиних форматів та протоколів, узгоджених з відповідними міжнародними документами, що стосуються стандартизації та уніфікації діяльності органів влади, надання ними адміністративних послуг, формування електронних інформаційних ресурсів, електронного документообігу, електронного цифрового підпису тощо. Порухення цього принципу взагалі унеможлиблює електронну взаємосумісність (інтероперабельність) та взаємодію органів влади між собою, з громадянами та бізнесом.

Принцип орієнтованості на інтереси й потреби споживачів послуг означає, насамперед, концентрацію зусиль органів влади на наданні якісних та своєчасних адміністративних послуг громадянам, суб'єктам господарювання та іншим органам влади. Цей принцип значною мірою відображає основний зміст, сутність та спрямованість електронного урядування. Відповідно до цього принципу держава на законодавчому рівні повинна чітко визначити перелік адміністративних послуг та алгоритми їх одержання, у тому числі, в дистанційному режимі з використанням ІКТ, максимально стандартизувати та спростити відповідні процедури, забезпечити оперативний та надійний доступ тощо. Крім того, за цим принципом мають бути забезпечені рівні права всіх громадян на доступ до публічної інформації та отримання відповідних послуг, вирішена проблема цифрової нерівності тощо. Повинна бути створена ефективна система моніторингу потреб споживачів послуг та якості їх надання.

Підконтрольність та підзвітність органів влади громадянам та бізнесу є ознаками, насамперед, демократичного суспільства та правової держави, розвинутого громадянського суспільства. Тільки в такому суспільстві й державі повною мірою може бути впроваджено та ефективно застосовано електронне урядування, яке надає технічні та технологічні можливості здійснювати громадянський контроль за діяльністю влади. Тому *метою* електронного урядування визначено розвиток електронної демократії задля досягнення європейських стандартів якості надання електронних державних послуг, відкритості та прозорості влади для громадянина, суспільства та бізнесу. Досягнення цієї мети передбачає реалізацію системи взаємопов'язаних цілей в рамках відповідної державної політики<sup>83</sup>.

Основні *цілі* електронного урядування: 1) підвищення якості та доступності державних послуг для громадян та бізнесу, спрощення процедур і скорочення адміністративних витрат; 2) підвищення якості управлінських процесів, контроль за результативністю та ефективністю діяльності органів державної влади та органів місцевого самоврядування; 3) забезпечення відкритості інформації про діяльність органів державної влади й місцевого самоврядування, розширення доступу до неї та надання можливості безпосередньої участі людини та інститутів громадянського суспільства в процесах підготовки й експертизи проектів політико-адміністративних рішень.

*Стратегічні завдання* е-урядування:

- забезпечення захисту прав громадян з доступу до публічної інформації;
- залучення громадян до участі в управлінні державними справами;
- удосконалення технології державного управління;
- підвищення якості управлінських рішень;
- подолання «інформаційної нерівності», зокрема, шляхом створення центрів (пунктів) надання інформаційних послуг, центрів обслуговування

---

<sup>83</sup> Міжнародна інформація: терміни і коментарі. Навчальний посібник / Макаренко С. А., Рижков М. М., Кучмій О. П., Фролова О. М. – Вид. 2-ге, доповн. та переробл. – К.: Центр вільної преси, 2016. – С. 71-72.

населення (кол-центрів), веб-порталів надання адміністративних послуг та обслуговування звернень громадян;

- організація надання послуг громадянам і суб'єктам господарювання в електронному вигляді з використанням Інтернету та інших засобів, насамперед за принципом «єдиного вікна»;

- надання громадянам можливості навчатися протягом усього життя;

- деперсоніфікація надання адміністративних послуг з метою зниження рівня корупції в державних органах;

- організація інформаційної взаємодії органів державної влади та органів місцевого самоврядування на базі електронного документообігу з використанням електронного цифрового підпису;

- забезпечення функціональної інтеграції інформаційних ресурсів державних органів;

- забезпечення передачі та довгострокового зберігання електронних документів у державних архівах, музеях, бібліотеках, підтримки їх в актуалізованому стані та надання доступу до них. Кожне з цих стратегічних завдань потребує відповідного ресурсного, нормативно-правового, організаційно-технічного, інформаційно-аналітичного, науково-методичного та іншого забезпечення, а також їх взаємозв'язку за часом та виконавцями.

Існують три основні типи стратегій держави щодо процесів розбудови інформаційного суспільства та впровадження електронного урядування: 1) невторчання держави, основними рушійними силами є ринкові процеси саморозвитку та самоорганізації; 2) централізованого управління та регулювання державою; 3) раціонального поєднання процесів державного управління (регулювання) та саморозвитку та самоорганізації.

Головною складовою е-урядування є *електронний уряд*.

Уперше термін «електронний уряд» (e-government) було застосовано у 1997 р. за ініціативою Національного наукового фонду США для визначення процесу адміністративної реформи на основі ідеології нового державного менеджменту та широкого впровадження ІКТ в державне управління,

насамперед, в органах виконавчої влади. В подальшому для визначення реформ в публічному адмініструванні, які охоплювали всі органи державної влади та органи місцевого самоврядування, цей термін було модернізовано в «електронну державу». Демократизація публічного управління, у тому числі, введення в електронний уряд електронної демократії, обумовило появу нового терміну – «електронне урядування».

**Електронний уряд:** 1) єдина інфраструктура міжвідомчої автоматизованої інформаційної взаємодії органів державної влади й органів місцевого самоврядування між собою, із громадянами та суб'єктами господарювання; 2) система контрольованого на відстані надання державних інформаційних послуг; 3) система, яка забезпечує інформаційну взаємодію органів виконавчої влади між собою, з громадянами та юридичними особами на основі сучасних інформаційних технологій<sup>84</sup>.

Існують різні підходи до визначення моделі електронного уряду. Найбільш поширений та простий (класичний) з них описує зв'язки між основними суб'єктами електронного урядування та включає такі складові як: «Уряд – Уряду» (G2G – «government to government») – електронна взаємодія органів влади між собою, насамперед, з метою надання електронних послуг одними органами влади іншим; «Уряд – Суб'єктам господарювання» (G2B – «government to business») – електронна взаємодія органів влади з суб'єктами господарювання з метою надання останнім адміністративних та інших послуг, участі бізнесу у формуванні та реалізації державної політики, в державних закупівлях тощо; «Уряд – Громадянам» (G2C – «government to citizens») – електронна взаємодія органів влади з громадянами з метою надання громадянам послуг, участі громадян у формуванні державної політики та виборчому процесі, оцінюванні та контролі діяльності органів влади та ін.; доступ до електронних адміністративних послуг 24 години на добу, 7 діб на тиждень, 365 діб на рік.

---

<sup>84</sup> Міжнародна інформація: терміни і коментарі. Навчальний посібник / Макаренко Є. А., Рижков М. М., Кучмій О. П., Фролова О. М. – Вид. 2-ге, доповн. та переробл. – К.: Центр вільної преси, 2016. – С. 70.

Дослідники виділяють такі *моделі е-урядування*:

*Континентально-європейська* модель характеризується:

- наявністю наддержавних структур (Європарламент, Єврокомісія, Європейський суд), рекомендації яких є обов'язковими для всіх країн ЄС;
- високим ступенем інтеграції європейських країн та народів;
- чітким законодавством, що регламентує інформаційні відносини в європейському інформаційному просторі. Управління та діяльність органів влади та наднаціональних структур в цій моделі спрямовані насамперед на потреби громадян – користувачів інформаційних систем та мереж (доступ до публічної інформації, оперативне отримання якісних послуг, участь у формуванні державної політики).

*Англо-американська модель* (США, Канада, Велика Британія). В США основний акцент зроблено на відкритість, прозорість та відповідальність влади перед громадянами. Це знайшло відображення і в останніх міжнародних ініціативах Уряду США. У Великій Британії акцент зроблено на: 1) розширенні спектру послуг, що надаються владою громадянам та суб'єктам господарювання; 2) підвищення ефективності діяльності органів влади; 3) створення технічних та освітніх умов для повного охоплення громадян адміністративними послугами. При цьому однією з головних цілей є вивільнення державних службовців від рутинних процедур взаємодії з населенням.

*Азіатська модель* електронного урядування, враховує особливості специфічного стилю управління, азіатський тип корпоративної культури та багаторівневу систему державного управління. В цій моделі основні зусилля спрямовані на впровадження сучасних інформаційно-комунікаційних технологій у сферу освіти та культури.

Термін «*електронна демократія*» (electronic democracy) у вузькому змісті використовується у випадках, коли йдеться про застосування ІКТ для організації політичного процесу, застосування громадянами цих технологій для участі в конституційно передбачених діях у державному управлінні та



місцевому самоврядуванні. Хоча поняття «електронна демократія» ще не отримало чіткого визначення, більшість фахівців переконані, що воно включає використання ІКТ для захисту і розвитку основних демократичних цінностей і, перш за все, розширення дистанційних форм участі громадян в процесах ухвалення державних рішень. Зазначене повинно бути організовано так, щоб громадяни відчували свою причетність до політики і результативність особистої участі.

Рада Європи визначає **е-демократію** як використання ІКТ урядами, політичними партіями, громадянами та іншими учасниками політичних процесів на місцях, в регіонах, на національному або міжнародному рівнях з метою розширення участі громадян в процесах прийняття державних рішень. ІКТ можуть використовуватися в різних формах, а не тільки для голосування. В рамках підходів за принципом «знизу-вгору» громадяни і організації можуть використовувати їх як засоби для того, щоб їх голоси були почуті, партії – для проведення кампаній, а уряди і адміністративні органи – для вдосконалення тих послуг, які вони надають громадянам, шляхом впровадження електронних методів подачі звернень чи проведення консультацій.

*Переваги е-демократії* як нової форми демократичних процедур:

- істотне зниження витрат на здійснення демократичних процедур;
- зниження витрат на інтерактивні форми взаємодії з громадянами, що дає змогу органам державної влади більш повно враховувати думки різних соціальних груп при прийнятті рішень;
- залучення громадян до прийняття рішень на більш ранніх стадіях і в більш тісній формі;
- залучення суспільних груп громадян з обмеженими можливостями, яким складно забезпечувати свої громадські права за «традиційними» формами демократичної участі;
- зміцнення довіри громадян до держави за рахунок іміджевих функцій нових комунікаційних каналів, створення у громадян ілюзії участі в прийнятті рішень.

Цілі е-демократії співпадають з цілями ефективного управління: прозорість, підзвітність, відповідальність, включення (інклюзивність), проведення дискусій, доступність, участь, субсидіарність, довіра до демократії, демократичних інститутів та демократичних процесів, соціальне згуртування<sup>85</sup>.

*Сектори та інструменти електронної демократії:*

1. *Е-парламент* – це використання ІКТ зібраннями вибраних представників (депутатами), а також політичними та публічними службовцями з метою активізації залучення громадян до законотворчої діяльності. Е-парламент відноситься до законодавчих, дорадчих і дискусійних зібрань на міжнародному, державному, регіональному і місцевому рівнях; включаючи зацікавлених суб'єктів: парламентарів, політичних діячів та державних службовців, виборців (громадян) та представників ЗМІ тощо. Е-парламент активізує розвиток е-законодавства, е-голосування, е-звернень та е-консультацій; забезпечує кращу інформованість і здійснення комунікацій всіх учасників законотворчої діяльності, а також контакт парламентарів з громадянами. Оскільки е-парламент підтримує принципи представницької демократії, то може пропонувати інструменти для зміни культури представництва таким чином, щоб забезпечити більш інклюзивну, дискусійну й колективну форму демократії.

2. *Е-законодавство* – це використання ІКТ для коментування, обговорення, складання, структурування, форматування, виправлення, голосування та видання законів і нормативно-правових актів, прийнятих представницькими органами. Е-законодавство робить законодавчі процедури більш прозорими, покращує зміст й розуміння законодавства, пропонує покращений доступ до нього, цим вдосконалюючи розуміння законів громадянами.

3. *Е-правосуддя* – це використання ІКТ в юридичній сфері всіма зацікавленими сторонами з метою підвищення ефективності та якості

---

<sup>85</sup> Карпчук Н. П. Засади комунікаційної політики: досвід країн-членів Європейського Союзу: монографія / Н. П. Карпчук. – Луцьк : Вежа-Друк, 2015. – 440 с.

державних служб, зокрема, для приватних осіб і підприємств. Воно включає в себе електронне спілкування та обмін даними, а також доступ до інформації судового характеру. Враховуючи, що судова влада є ключовим компонентом демократії, е-правосуддя є важливою складовою е-демократії. Його головною метою є підвищення ефективності судової системи та якості правосуддя шляхом запровадження нових ІКТ. Важливим аспектом є покращення доступу громадян до нього.

4. *Е-посередництво* – це використання ІКТ з метою пошуку засобів вирішення спорів без фізичної присутності сторін, що сперечаються: посередниками можуть служити електронні інструменти.

5. *Е-середовище* – це використання ІКТ задля аналізу й захисту довкілля, просторового планування та раціонального користування природними ресурсами. Використання ІКТ для впровадження або розширення участі громадськості вдосконалює демократичне управління в екологічній сфері.

6. *Е-вибори, е-референдуми та е-ініціативи* є політичними виборами, референдумами та ініціативами, в яких на одному або декількох етапах для здійснення комунікацій використовуються електронні засоби.

7. *Е-голосування* – це вибори або референдум, які передбачають використання електронних засобів як мінімум безпосередньо при проведенні голосування. Віддалене е-голосування прискорює процедури, допомагає здійснювати е-моніторинг голосування та е-облік голосів. Також воно полегшує участь для громадян, які мешкають на далеких відстанях, й осіб з особливими потребами.

8. *Е-консультація* – це засіб збору поглядів визначених осіб або широкої громадськості з конкретного політичного питання без необхідності зобов'язувати їх діяти відповідно з його результатом. Існують різні форми е-консультацій: формальні й неформальні, регульовані і нерегульовані державою. В процесі е-консультацій можуть залучатися та збиратися різні погляди громадян; при цьому передбачається інклюзивний простір для дискусії чи

продовження дебатів; дозволяється здійснення прямого або опосередкованого впливу на прийняття рішень.

9. *E-ініціативи* дають змогу громадянам розробляти та висувати політичні пропозиції за допомогою засобів ІКТ й, тим самим, приймати участь в складанні політичного порядку денного.

10. *E-звернення* – це електронна доставка зауважень чи рекомендацій: громадяни, формуючи і підписуючи звернення, можуть приймати участь в обговоренні важливої суспільної теми в режимі on-line. E-звернення можуть мати різні форми. E-звернення полегшують контакт громадян з органами державної влади, іншими демократичними інститутами, стимулюють громадську дискусію.

11. *E-агітація* – це цілеспрямований вплив на переконання громадян за допомогою електронних засобів, а також їх безпосереднє залучення у виборчі та інші політичні кампанії, спрямовані на формування або реалізацію суспільної стратегії. E-агітація включає електронну передвиборчу кампанію, а також е-агітацію, пов'язану з іншими політичними питаннями.

12. *E-підрахунок* голосів та е-опитування дають змогу неформально здійснювати збір позицій певної сукупності громадян за допомогою електронних засобів стосовно визначеного питання та набору можливих варіантів громадської реакції на нього.

### ***Питання для розгляду на семінарах:***

1. Роль та функції міжнародної інформації в міжнародних відносинах
2. Інформаційний простір
3. Глобальний інформаційний простір
4. Інформаційний ресурс, його властивості
5. Джерела міжнародної інформації
6. Інформаційне суспільство, його риси
7. Суспільство знань

8. Концепції (теорії) інформаційного суспільства, суспільства знань
9. Моделі інформаційного суспільства

***Завдання для лабораторних робіт:***

1. Підготуйте порівняльний аналіз розвитку країн світу за Індексом Інформаційного Суспільства. Зробіть висновки (Information Society Index <http://www.idc.com/groups/isi/main.html>)
2. Напишіть аналітичний огляд по темі «Використання ІКТ з метою розвитку», 66 Сесія ГА ООН, 2011р. (Использование информационно-коммуникационных технологий в целях развития / Information and Communications Technologies for Development - Report of the Second Committee – Resolution A/66/347 – Agenda Item 16 – 13 December 2011 <http://unpan1.un.org/intradoc/groups/public/documents/un/unpan048019.pdf>).

### РОЗДІЛ 3

## ІНФОРМАЦІЙНО-КОМУНІКАЦІЙНА ПОЛІТИКА ДЕРЖАВ І МІЖНАРОДНИХ ОРГАНІЗАЦІЙ

### § 1. Міжнародні ініціативи побудови інформаційного суспільства

У березні 1969 р. в Тунісі Рух неприєднання проводив симпозіум з інформації, де наголошувалося на нерівності й дискримінації за інформаційною ознакою між розвиненими країнами й країнами, що розвиваються; пролунав заклик до ЮНЕСКО щодо формування нового інформаційного порядку.

Концепція *Нового міжнародного інформаційного та комунікаційного порядку (НМІКП)* знайшла своє втілення в першому глобальному аналітичному дослідженні ЮНЕСКО – «*Багато голосів, один світ*» (1980 р.), доповіді Міжнародної комісії з проблем комунікації, очолюваної відомим ірландським політиком Шоном МакБрайдом. Зокрема, упродовж обговорення нової концепції відзначено, що комунікація обіймає планетарні проблеми людства, виступає основою міжнародних відносин, сприяє врегулюванню конфліктів і взаєморозумінню між народами; підкреслено відповідальність політиків за прийняття керівних рішень, зважаючи на важливість проблеми Нового міжнародного інформаційного та комунікаційного порядку; закликали встановити постійний діалог між спільнотами і культурами, відмовитися від позиції монополізму та національного егоїзму в міжнародних інформаційних відносинах, надати можливість молодим державам включитися в інтенсивний міжнародний розвиток, осмислити свою роль у глобальних цивілізаційних процесах.

Комісія Ш. МакБрайда винесла на міжнародну дискусію спектр історичних, політичних, соціально-економічних і культурних проблем глобальної комунікації з метою переконати міжнародне співтовариство у необхідності кардинальних змін у цій галузі і досягти консенсусу з нових напрямів співробітництва. Проблема НМІКП відображала диспропорції

міжнародного обміну інформацією, їхній вплив на світове співтовариство, зокрема на політичному, правовому, фінансово-економічному й технологічному рівнях, та узгоджені пропозиції представників країн Заходу, Руху Неприєднання та «соціалістичного і табору» щодо вирішення цих проблем. Так, політичні проблеми НМІКП стосувалися:

1) дисбалансу між інформаційними потоками розвинутих країн та країн, що розвиваються: понад 80% інформації поширювалося у світі великими міжнародними інформаційними корпораціями; 20-30% присвячувалося країнам «третього світу», незважаючи на те, що вони становили 3/4 всього людства, тобто фактично створювалася інформаційна монополія розвинутих країн;

2) дисбалансу в галузі ЗМК: п'ять основних транснаціональних агентств (Ар-Сі-Ей, Бі-Бі-Сі, Рейтер, Франс Прес, Ашетт) монополізували в галузі інформації і комунікації основний матеріальний і людський потенціал, у той час як майже третина країн, що розвиваються, не мали своїх національних інституцій. Дисбаланс стосувався також розподілу міжнародного радіочастотного спектра й конкуренції радіостанцій, потоків телебачення і використання телевізійних сигналів через штучні космічні об'єкти, інформаційних магістралей багатofункціонального призначення;

3) монополії західних країн в інформаційному просторі країн, що розвиваються: ці тенденції базувалися на фінансовій, промисловій, культурній і технологічній могутності західних країн, встановленні контролю над процесами передачі нових технологій та контролю в мережах міжнародного зв'язку;

4) нав'язування адаптованої в політичному вимірі інформації: транснаціональні медійні корпорації сприяли поширенню позицій країн Заходу щодо міжнародних подій, тенденційно висвітлюючи процеси в країнах, що розвиваються, і створювали негативний імідж для політичних лідерів і національної політики, що суперечить національним інтересам;

5) політики «інформаційного імперіалізму»: система міжнародної комунікації закріплювала форму тенденційної інтерпретації подій у світі

виключно в інтересах монополії західних країн, з урахуванням переваг моральних, суспільних і культурних цінностей одних держав перед іншими. Критерії фільтрації інформаційних потоків свідомо підтримували політичні, економічні та культурні інтереси транснаціональної системи і країн, де ця система визнається панівною;

б) переваг монополій у потоках комунікації «третього світу»: інші форми монополізму виявляються у власності контрольних пакетів акцій органів масової комунікації країн, що розвиваються, монополії на ринку рекламної інформації в інтересах світових промислових і комерційних корпорацій, поширення цінностей масової культури та ідей, які суперечать соціальному розвитку і національним традиціям країн, що розвиваються;

7) ігнорування реальних потреб національних меншин у постколоніальних молодих державах: транскордонний вплив інформаційних потоків здійснюється незалежно і не враховує адекватних національних інтересів<sup>86</sup>.

Рекомендації щодо встановлення НМІКП для регулювання відносин між державами передбачали радикальну трансформацію політики в галузі міжнародної комунікації на всіх рівнях, дотримання принципів суверенної участі в міжнародних інформаційних потоках за статутом ООН, зміну практичної діяльності медіа-корпорацій у країнах «третього світу». Політика НМІКП була спрямована на захист прав народів, проти колоніалізму, расизму, апартеїду та іншої дискримінаційної практики, на підтримку мирного співіснування в багатоманітному світі.

Реалізація НМІКП для країн, що розвиваються, означала: розробку і впровадження національної інформаційної політики, необхідної для соціального і економічного розвитку держав; забезпечення їх активної участі в діяльності міжнародних систем і центрів комунікації й інформації; співробітництво в рамках міжнародних організацій; технологічну допомогу з боку розвинутих країн найбільш відсталим країнам; створення національних

---

<sup>86</sup> Міжнародна інформація: терміни і коментарі. Навчальний посібник / Макаренко С. А., Рижков М. М., Кучмій О. П., Фролова О. М. – Вид. 2-ге, доповн. та переробл. – К.: Центр вільної преси, 2016. – С. 44-46.



інформаційних агентств і механізмів співробітництва між постколоніальними країнами, такими, як Пул агентств новин країн Руху Неприєднання, регіональних союзів (африканських, арабських, азійських, латиноамериканських); укладення міжнародних угод, спрямованих на рівноправне використання всіх засобів глобальної комунікації; встановлення системи вільного і справедливого обміну інформацією між розвинутими країнами і країнами, що розвиваються; охорони інтелектуальної власності у всій її багатоманітності.

Пропозиції для розвинутих країн передбачали: формування відповідної суспільної думки щодо інтересів країн «третього світу»; сприяння деколонізації інформації шляхом об'єктивного висвітлення процесів у цих країнах, виключаючи будь-які види дискримінації; формування збалансованих потоків інформації, заснованих на повазі до суспільних цінностей країн, що розвиваються.

Концепція НМІКП розглядалася у 1980-х рр. як прогресивний процес трансформації міжнародних відносин у галузі комунікації, як внесок міжнародних організацій у реалізацію ідеології збалансованого потоку інформації, як потреба переконання світової громадськості в необхідності змін.

Однак країни Заходу на чолі зі США вбачали у НМІКП загрозу своїм монопольним інтересам у міжнародному інформаційному просторі, спробу підризу своїх позицій у країнах Азії, Африки, Латинської Америки, обстоювали концепцію «вільного транскордонного обігу інформації та ідей», обґрунтовуючи таку позицію застосуванням принципів Загальної Декларації прав людини виключно для зміцнення співробітництва і взаєморозуміння між народами. Країни «соцтабору», зокрема СРСР, виступили проти західної концепції інформаційного обміну і звинуватили США та їх союзників в «інформаційному імперіалізмі та тероризмі», ідеологічній експансії, посяганнях на соціалістичний устрій, оцінили «як широкомасштабну і скоординовану ідейно-політичну диверсію імперіалізму проти сил миру, демократії і прогресу». НМІКП розглядався країнами «соцтабору» як процес радикальної

зміни міжнародних відносин і як інструмент просування ідей комунізму в нових незалежних країнах «третього світу». Позиція СРСР з цих питань відображала взаємозв'язок політичного, економічного і культурного аспектів у рамках доктрини ленінського Декрету про мир як «єдиного процесу революційного оновлення світу».

Позиція країн Руху Неприєднання та країн, що розвиваються, надавала перевагу принципам перебудови міжнародних інформаційних відносин, а не фінансовій і технічній допомозі, вказуючи на можливу жорстку залежність національного суверенітету від політики «електронного неоколоніалізму». Оскільки до Руху Неприєднання входили політичні сили з різною ідеологічною орієнтацією, їх ставлення до НМІКП мало нюанси та відтінки і стосувалося: передачі нових технологій, нової комунікаційної техніки, фінансових ресурсів; з'ясування економічних відносин між інформаційно-багатими та інформаційно-бідними країнами і відповідальності всіх розвинутих країн, незалежно від політичного устрою, відсталості ЗМК та систем комунікації в країнах Азії, Африки і Латинської Америки; підтримання чітко визначеного курсу політичних лідерів світу (США або СРСР).

Позитивні зміни у міжнародних відносинах на межі 1980-90-х рр. обумовили конструктивні підходи до вирішення проблем міжнародної комунікації в рамках ЮНЕСКО. Країни-члени (а також спостерігачі від США та Великої Британії) визначили гуманітарне співробітництво, захист прав людини та охорону довкілля як пріоритети реальної глобальної політики і закликали до відкритого діалогу і безконфліктного розгляду актуальних проблем у галузі інформації і комунікації.

Початок потужної хвилі міжнародного інтересу політичних кіл до проблематики інформаційного суспільства був покладений висуненням США ініціативи щодо створення «Національної інформаційної інфраструктури» з метою посилення економічного розвитку країни, яка була офіційно

проголошена 23 лютого 1993 р. в Меморандумі У. Дж. Клінтона й А. Гора «Технологія економічного зростання Америки. Новий напрям розвитку»<sup>87</sup>.

Упродовж багатьох міжнародних зустрічей розвинуті країни й країни, що розвиваються, дійшли спільної думки, що глобальну інформаційну мережу треба засновувати на п'яти фундаментальних принципах: приватні інвестиції, конкуренція, гнучке регулювання, відкритий доступ і єдине обслуговування. Ці принципи були прийняті у 1994 р. в Буенос-Айресі на зустрічі Міжнародного Телекомунікаційного Союзу і підтвержені 1995 р. на зустрічі міністрів зв'язку країн «Великої сімки» в Брюсселі.

На саміті у червні 1994 р. в Неаполі лідери країн «Великої сімки» підкреслили необхідність розробки міжнародних проектів інформаційного суспільства. У документах підкресливали необхідність створення глобальної інформаційної інфраструктури, потенційними перевагами впровадження якої будуть: високий рівень соціальної інтеграції; відновлення почуття співтовариства; стимулювання розвитку демократичних цінностей; збереження і поширення культури; створення робочих місць; більш висока економічна ефективність; встановлення балансу між націями в економічному і соціальному прогресі; більш м'яка й органічна інтеграція країн, які розвиваються, у глобальну економіку. Увагу акцентовано на сприянні динамічній конкуренції у сфері розвитку телекомунікацій; заохоченні приватних капіталовкладень у розвиток інформаційної інфраструктури; розробці гнучкого, здатного до адаптації, законодавства у сфері інформатизації; забезпеченні відкритого доступу до інформаційних мереж; створенні умов для забезпечення універсального доступу до інформаційних послуг; забезпеченні рівності можливостей для громадян; забезпеченні різноманітності змісту, включаючи культурну і мовну складову; визнанні необхідності міжнародного співробітництва з особливою увагою до країн, які розвиваються.

---

<sup>87</sup> Макаренко С. А. Європейська інформаційна політика: монографія / С. А. Макаренко. – К.: Наша культура і наука, 2000. – 368 с.

Брюссельська Конференція 1995 р. також наголосила на необхідності уникати подальшого розширення розриву між індустріальними країнами і країнами, які розвиваються. Такий підхід був схвалений представниками країн, які розвиваються, на Конференції з інформаційного суспільства та розвитку (Мідранда, травень 1996 р.), де основна увага концентрувалась на потребах зазначених країн і висвітленні потенціалу нових технологій. Визначено такі завдання: започаткування діалогу між розвинутими країнами і країнами, які розвиваються; започаткування процесу, який сприяв би баченню глобального інформаційного суспільства як суспільства, розподіленого між соціальними секторами, що пов'язані з розвитком; виробленню загальних принципів співробітництва з метою формування спільного розуміння і підготовки спільних відповідей на виклики інформаційного суспільства.

У Бонні 6-8 липня 1997 р. відбулась Конференція «Глобальні інформаційні мережі: реалізація потенціалу», учасники якої розширили загальне розуміння необхідності використання глобальних інформаційних мереж, ідентифікували бар'єри до їх використання, обговорили можливі рішення і розпочали відкритий діалог щодо подальших можливостей європейського і міжнародного співробітництва<sup>88</sup>.

У липні 2000 р. в Окінаві країни «Великої вісімки» прийняли *«Хартію глобального інформаційного суспільства»*, у якій встановлюються основні принципи входження держав у це суспільство. «Вісімка» проголосила основні положення, які країни будуть застосовувати при здійсненні політики з формування й розвитку інформаційного суспільства: 1) використання можливостей цифрових технологій (потенційні вигоди ІТ, що полягають у стимулюванні конкуренції, сприянні розширенню виробництва, створенні й підтримці економічного зростання та збільшення зайнятості, відкривають значні перспективи); 2) подолання електронно-цифрового розриву (кожний повинен мати можливість доступу до інформації та систем телекомунікації);

---

<sup>88</sup> Макаренко С. А. Європейська інформаційна політика: монографія / С. А. Макаренко. – К.: Наша культура і наука, 2000. – 368 с.

3) сприяння загальній участі (країни, що досягли успіху у використанні потенціалу ІТ, можуть сподіватися на подолання перепон, що, звичайно, виникають у процесі розвитку інфраструктури, та вирушити назустріч ефективнішій реалізації своїх цілей, на зразок скорочення бідності, охорони здоров'я, покращення санітарних умов, освіти, а також використання переваг швидкого зростання глобальної електронної торгівлі); 4) подальший розвиток (у створенні рамкових умов для розвитку ІТ і надалі відіграватимуть значну роль двостороння та багатостороння співпраця). Пріоритетними сферами визначено: створення політичного, нормативного та мережевого забезпечення; покращення зв'язку, розширення доступу та зменшення його вартості; зміцнення людського потенціалу; заохочення глобальної е-торгівлі в Мережі<sup>89</sup>.

У 2003 р. ООН прийняла *Декларацію принципів «Побудова інформаційного суспільства – глобальне завдання в новому тисячолітті»*, де проголошено напрям використання потенціалу інформаційних та комунікаційних технологій для досягнення сформульованих у Декларації тисячоліття цілей розвитку, а саме: ліквідація зубожіння й голоду, забезпечення загальної початкової освіти, сприяння рівності чоловіків і жінок та розширення прав і можливостей жінок, боротьба з захворюваннями, сприяння екологічній усталеності й формування глобального партнерства з метою розвитку для забезпечення більш мирного, справедливого та процвітаючого світу. Декларація встановлює такі основні принципи «інформаційного суспільства для всіх»: важлива роль органів державного урядування й усіх зацікавлених сторін у сприянні застосуванню ІКТ з метою розвитку; інформаційна й комунікаційна інфраструктура – необхідний фундамент відкритого для всіх інформаційного суспільства; доступ до інформації та знань; нарощування потенціалу; зміцнення довіри та безпеки при використанні ІКТ; створення сприятливого середовища на національному та міжнародному рівнях; додатки на базі ІКТ: переваги у всіх аспектах життя; культурна розмаїтість і культурна самобутність, мовна розмаїтість й місцевий

---

<sup>89</sup> Міжнародна інформація: терміни і коментарі. Навчальний посібник / Макаренко С. А., Рижков М. М., Кучмії О. П., Фролова О. М. – Вид. 2-ге, доповн. та переробл. – К.: Центр вільної преси, 2016. – С. 105-107.

контент; свобода ЗМІ; етичні аспекти інформаційного суспільства; міжнародне й регіональне співробітництво.

*Всесвітній саміт з проблем інформаційного суспільства*<sup>90</sup> став логічним продовженням зусиль провідних міжнародних акторів щодо повернення уваги світової спільноти до проблем, пов'язаних з ІКТ. WSIS проведено в два етапи: перший етап – з 10 по 12 грудня 2003 р. в Женеві, другий – з 16 по 18 листопада 2005 р. в Тунісі. Упродовж проведення першого етапу саміту були розглянуті найважливіші проблеми інформаційного суспільства, а також прийнята Декларація принципів й План дій. Ці документи містять загальну концепцію інформаційного суспільства та керівні принципи її реалізації. *Женевська Декларації* визначила таке основне завдання: використовувати потенціал ІКТ для досягнення сформульованої в «Декларації тисячоліття» мети глобального розвитку. Що ж до принципів, то для вирішення цього завдання всі зацікавлені сторони повинні працювати спільно над розширенням доступу до інформаційних і комунікаційних інфраструктур і технологій, а також до інформації і знань; нарощувати потенціал, підвищувати довіру і безпеку при використанні ІКТ; створювати на всіх рівнях сприятливе середовище; розробляти застосування ІКТ і розширювати сферу їх застосування; сприяти культурній різноманітності і поважати її; визнавати роль засобів масової інформації; приділяти увагу етичним аспектам інформаційного суспільства і заохочувати міжнародну та регіональну співпрацю.

Загальна концепція Декларації втілена в *Женевському плані дій*, де відображені конкретні завдання та напрями діяльності, що ведуть до досягнення узгодженої на міжнародному рівні мети розвитку. Особливу увагу зосереджено на подоланні розриву у цифрових технологіях, необхідності створення умов для мобілізації людських, фінансових і технологічних ресурсів, необхідних для включення всіх до інформаційного суспільства, що формується. Основними зацікавленими сторонами процесу названо органи державного

---

<sup>90</sup> Міжнародна інформація: терміни і коментарі. Навчальний посібник / Макаренко С. А., Рижков М. М., Кучмії О. П., Фролова О. М. – Вид. 2-ге, доповн. та переробл. – К.: Центр вільної преси, 2016. – С. 141-165.

управління, приватний сектор, громадянське суспільство й міжнародні і регіональні установи. Завдання Плану дій полягають в тому, щоб побудувати відкрите для всіх інформаційне суспільство; поставити потенціал знань та ІКТ на службу розвитку; сприяти використанню інформації та знань для досягнення узгодженої на міжнародному рівні мети розвитку; вирішувати нові проблеми інформаційного суспільства на національному, регіональному і міжнародному рівнях. Для реалізації цих завдань визначено відповідні напрями дій: співпраця органів державного управління і всіх зацікавлених сторін у сприянні застосуванню ІКТ в цілях розвитку; формування інформаційної і комунікаційної інфраструктури; надання доступу до інформації і знань; нарощування потенціалу в оволодінні навичками, необхідними для використання повною мірою переваг інформаційного суспільства; зміцнення довіри і безпеки при використанні ІКТ; створення надійного, прозорого, недискримінаційного правового, регламентуючого і політичного середовища для досягнення максимальних переваг інформаційного суспільства в соціальній, економічній і екологічній сферах та ін.

Щодо міжнародної співпраці зазначено три основні моменти. По-перше, необхідність підвищення рівня пріоритетності проектів у галузі ІКТ в запитах країн, які розвиваються, стосовно міжнародної співпраці і надання допомоги за проектами розвитку інфраструктури з боку розвинутих країн і міжнародних фінансових організацій. По-друге, необхідність створювати і розвивати партнерські відносини між державним і приватним секторами, приділяючи особливу увагу використанню ІКТ на користь розвитку. По-третє, міжнародним і регіональним організаціям слід включати ІКТ до основних напрямів своїх робочих програм і надавати підтримку країнам, які розвиваються, і перебувають на різних рівнях розвитку, у виробленні і реалізації національних планів дій, спрямованих на досягнення мети, зазначеної в Декларації принципів і Плані дій, враховуючи при цьому значущість регіональних ініціатив.

Туніська стадія ВСІС визначила механізми виконання завдань за напрямами діяльності, що викладені у Женевському плані дій. У *Туніському*

*зобов'язанні* підкреслюється важлива роль ІКТ як ефективного інструменту для сприяння миру, безпеки і стабільності, посилення демократії, соціальної згуртованості, належного управління й верховенств права на національному, регіональному й міжнародному рівнях. Водночас визнано, що ІКТ можуть використовуватися з намірами, які несумісні із завданнями підтримки міжнародної стабільності та безпеки й можуть зашкодити цілісності інфраструктури всередині держав та їх безпеці. Тому необхідно запобігати зловмильному використанню інформаційних ресурсів і технологій для злочинних і терористичних цілей, поважаючи права людини.

У *Туніській програмі для інформаційного суспільства* йдеться про фінансування пріоритетних галузей: 1) програми з підвищення компетентності у сфері ІКТ, відповідні матеріали, інструментарій, фінансування освіти та ініціативи зі спеціалізованої професійної підготовки, особливо для регуляторних органів і службовців інших державних секторів та організацій; 2) доступ до комунікацій і можливість підключення для надання послуг і застосунків ІКТ у віддалених сільських районах, малих острівних державах, що розвиваються, країнах, що розвиваються, які не мають виходу до моря, та інших місцях із особливими технологічними і ринковими проблемами; 3) регіональна магістральна інфраструктура, регіональні мережі, точки доступу до мережі і відповідні регіональні проекти, призначені для з'єднання мереж через кордони країн і в економічно несприятливих регіонах, для яких можуть бути потрібні скоординовані документи, що визначають політику, включаючи правові, регуляторні і фінансові бази та початкове фінансування, а також був би корисним обмін досвідом і прикладами найкращої практики; 4) ширококутні можливості для полегшення надання більш широкого діапазону послуг і застосунків, стимулювання інвестицій і надання доступу до Інтернету за прийнятними цінами як для існуючих, так і для нових користувачів тощо.



У рамках саміту проведено низку *регіональних нарад* з проблем побудови інформаційного суспільства в окремих регіонах світу, на яких обговорювали нагальні для регіону проблеми<sup>91</sup>:

- Європейський регіон (Бухарест, 2002 р.): електронне державне управління, електронна комерція, поширення місцевого контенту, електронне навчання й електронна освіта тощо;

- Азійсько-Тихоокеанський регіон (Токіо, 2003 р., Тегеран, 2005 р.): забезпечення рівноправного доступу до розвинених, прийнятних за ціною та простих у використанні елементів інформаційної інфраструктури; забезпечення рівноправного доступу до інформації для здійснення діяльності у таких галузях, як культура, освіта, наука, економіка, політика; збереження багатого культурного та мовного розмаїття регіону; гарантія захисту прав споживачів та інтересів суспільства тощо;

- Латиноамериканський регіон (Баваро, 2003 р., Ріо-де-Жанейро, 2005 р.): приватизація інформаційного сектору, лібералізація ринку інформаційних продуктів і послуг; постійне впровадження технологічних інновацій по вертикалі й по горизонталі; масштабне впровадження ІКТ в усі сфери життєдіяльності суспільства тощо;

- Африканський регіон (Бамако, 2002 р., Аккрі, 2005 р.): створення місцевого інформаційного контенту; створення інформаційної інфраструктури; забезпечення всіх громадян засобами зв'язку та доступу через Інтернет; вільний та прийнятний за ціною доступу до інформаційних продуктів суспільного значення тощо;

- Західна Азія (Бейрут, 2003 р., Дамаск, 2004 р.): вироблення загальної стратегії розвитку інформаційного суспільства на національному й регіональному рівнях; розробка інноваційної політики у сфері ІКТ; вирішення технічних і фінансових проблем доступу до ІКТ тощо.

---

<sup>91</sup> Міжнародна інформація: терміни і коментарі. Навчальний посібник / Макаренко Є. А., Рижков М. М., Кучмій О. П., Фролова О. М. – Вид. 2-ге, доповн. та переробл. – К.: Центр вільної преси, 2016. – С. 141-165.

25-27 лютого 2013 р. у штаб-квартирі ЮНЕСКО в Парижі відбулася Перша міжнародна оглядова зустріч «WSIS+10. Побудова суспільства знань в інтересах миру та сталого розвитку». Мета зустрічі – обговорення й вироблення консolidованої позиції міжнародної спільноти на глобальному рівні щодо новітніх та майбутніх перетворень в інформаційних технологіях і знаннях, розробка нового концептуального бачення стійких суспільств знань.

## **§2. Інформаційно-комунікаційна політика міжнародних організацій**

**Організація Об'єднаних Націй.** Діяльність ООН має велике значення для розвитку інформаційного суспільства. Відповідно до принципів Статуту ООН право «шукати, одержувати і поширювати інформацію» було закріплене в Загальній декларації прав людини 1948 р. Запорукою успішної діяльності ООН є широкомасштабна підтримка народів світу і комунікаційна робота відіграє винятково важливу роль для ООН. Без інформаційного забезпечення неможливо досягти основних цілей ООН. У резолюції Генеральної Асамблеї ООН 1946 р. підкреслювалося, що ООН зможе здійснити свої задачі тільки в тому випадку, якщо народи всього світу будуть цілком поінформовані про її цілі і діяльність. Миротворча діяльність не буде успішною, якщо люди не розумітимуть мету миротворців та сутності їх дій.

Інформаційні підрозділи ООН з самого початку були націлені на висвітлення таких важливих питань життя людства, як: підтримка міжнародного миру і безпеки, сприяння економічному, соціальному і гуманітарному розвитку, положення в галузі прав людини тощо. З перших кроків розбудови ООН проблемі інформації, її впливу на суспільство і використання комунікаційних технологій для поліпшення життя людей надавалося першочергове значення.

Інформаційний механізм Секретаріату ООН формувався у 1946 р., мав складну структуру: інформаційну службу Генерального секретаря;

інформаційні служби головних департаментів і управлінь та спеціалізованих установ ООН – ЮНЕСКО, ПРООН, та ін. Координація їх дій здійснюється Об'єднаним інформаційним комітетом, що відповідає за розробку єдиного підходу до інформаційної діяльності в рамках системи ООН<sup>92</sup>.

Найважливішою ланкою всієї інформаційної системи ООН є *Департамент публічної інформації (ДПІ)*, що має розгалужену мережу збору, опрацювання і поширення інформації. У 1997 р. в ДПІ була створена Група стратегічного планування комунікації для розгляду всіх аспектів мандатів, механізмів і діяльності Департаменту. Серед досягнень ДПІ в 1990-х рр.: встановлення міцних зв'язків співробітництва із ЗМІ в усьому світі; освоєння новітніх інформаційних технічних засобів для підготовки і здійснення програм у сфері публічної інформації; вихід на нові рівні департаментського і міжустановчого співробітництва з метою підвищення уваги до питань, що стосуються потреб людей. Основна проблема ДПІ пов'язана з відсутністю чіткого визначення завдання й цільових аудиторій. Причина – широкий спектр діяльності Департаменту, адже він одержав від ГАООН більше 120 мандатів, проводить більше 60 офіційних заходів і виконує численні спеціальні прохання, що надходять від Секретаріату.

Напрями діяльності, функції і структура ДПІ<sup>93</sup> були сформульовані Технічним консультативним комітетом з інформації ООН на основі тієї ж резолюції 1946 р. Структура ДПІ, визначена на основі згаданої резолюції включала 5 відділів: преса і публікації; радіо; кіно і графіка; бібліотека; технічна служба. У межах повноважень головних органів Організації загальна відповідальність за проведення інформаційної діяльності покладалася на Генсека, а безпосередня, під його керівництвом, – на заступника ГСООН, що очолював ДПІ. Об'єктами діяльності Департаменту визначено: пресу, радіо, телебачення, кіно, наочні засоби й виставки, зв'язки з громадськістю,

---

<sup>92</sup> Міжнародна інформація: терміни і коментарі. Навчальний посібник / Макаренко Є. А., Рижков М. М., Кучмій О. П., Фролова О. М. – Вид. 2-ге, доповн. та переробл. – К.: Центр вільної преси, 2016. – С. 206-208.

<sup>93</sup> Макаренко Є. А. Міжнародні інформаційні відносини: монографія / Є. А. Макаренко. – К.: Наша культура і наука, 2002. – 452 с.

видавничу й довідкову роботу. Ці напрями були і залишаються головними в діяльності ДПІ. До обов'язків Департаменту і його відділень на місцях входить також активне сприяння інформаційним органам, просвітницьким закладам і іншим урядовим і неурядовим організаціям різних країн; урахування змін світової громадської думки стосовно діяльності ООН і формування правильного розуміння роботи Організації.

Починаючи з 1 листопада 2002 р. стала діяти нова організаційна структура ДПІ: Служба інформаційних центрів ООН (ЩООН); Відділ стратегічної інформаційної діяльності, що включає Секцію з питань Палестини та Деколонізації; Відділ новин і ЗМІ, до складу якого включені Центр новин, підрозділ радіо і підрозділ, що займається здійсненням проекту Сайберскулбас; Відділ зв'язків із громадськістю, що містить Секцію неурядових організацій, Бібліотеку ім. Дага Хаммаршельда, Картографічну секцію, Службу публікацій та Секцію продажів і маркетингу.

ООН має значний досвід інформаційної роботи у світовому масштабі. За часів створення Організації головну роль відігравали друковані ЗМІ та радіо. Незабаром телебачення стало важливим елементом інформаційної діяльності, але тільки в останній декаді другого тисячоліття відбулося стрімке розширення сфери охоплення візуальних ЗМІ. Поява четвертого засобу комунікації, Інтернет, ще більше сприяла швидкому скороченню відстаней. Швидкий прогрес у сфері ІКТ призводить до зміни сучасних методів компонування, передачі і споживання інформації. Інформаційна структура ООН намагається скористатися новими можливостями у пріоритетних областях роботи, оскільки всесвітня мережа має свої переваги: оперативність, скорочення витрат та прямий вихід на більш широкі аудиторії, такі, як молодь і особи, що відповідають за формування політики. Використання потенціалу ІКТ спричиняє суттєві зміни комунікаційної стратегії ООН і її внутрішнього управління.

Хоча використання нових технологій дає великі перспективи, однак успіхи інформаційної активності ООН останніх років пов'язані, перш за все, саме з традиційними формами діяльності: радіостанція ООН виходить на

міжнародний рівень мовлення; ДПІ зміцнює партнерства з основною керівною ланкою телевізійних компаній у рамках Всесвітнього телевізійного форуму ООН; за допомогою опитувань читачів на постійній основі проводять огляди і доробка видань ДПІ.

*Radio* ООН розповідає про проблеми миру й безпеки, розвитку й прав людини. З 1990-х рр. ООН організовує власні радіостанції для підтримки миротворчих організацій. Однак такі радіостанції загалом зосереджують свою увагу на проблемах національного, регіонального чи міждержавного рівня й не виявляють особливої зацікавленості у висвітленні локальних потреб, що б відповідало інтересам місцевого населення. Коли миротворці ООН закінчують свою місію, радіостанція припиняє мовлення. Випуск і поширення радіопрограм залишається одним з найбільш рентабельних з погляду витрат і сфери охоплення каналів інформації. Основна стратегія ООН стосовно радіомовлення передбачає: досягнення більшої ефективності і продуктивності шляхом раціонального використання ресурсів і застосування передових практичних методів і технологій виробництва; надання частини ресурсів, виділених на структури виробництва й поширення інформації, на цілі радіомовлення; забезпечення підтримки з боку держав-членів, організацій і відповідних установ у сфері комунікації й мовлення.

Ініціатива радіомовлення була згодом продовжена *телевізійною службою*: у 2001 р. почалося щоденне поширення блоків новин про події в системі ООН для використання службами мовлення. Розширення використання ДПІ відеоматеріалів і телепрограм підтверджує, що робочі відносини з цим важливим сектором ЗМІ піднялися на новий рівень. Незважаючи на великий вплив, який має телевізійна інформація завдяки своїй наочності, телебачення є найбільш слабким місцем інформаційної системи ООН. Основні проблеми розвитку цієї галузі пов'язані із фінансовими труднощами організації та приділенню більшої уваги ефективнішим з погляду витрат формам – радіо і публікаціям, та перспективнішій – Інтернету. У сфері візуальної інформації ДПІ пильно стежить за технічними нововведеннями, що дозволили б більш

широко використовувати телевізійні матеріали і відеокліпи на сайті ООН. Особливу увагу приділяють матеріалам, що користуються попитом з боку зовнішніх телевізійних корпорацій; ДПІ прагне зміцнювати співробітництво як між установами системи ООН, так і з національними телевізійними мережами.

Однак, основна увага в галузі комунікації, як і раніше, приділяється ролі *преси*. Програма публікацій досі займає центральне місце в пропагандистській роботі ДПІ. ООН є великим джерелом досліджень і документації, на які є значний попит з боку академічних і науково-дослідних закладів. У той час як електронні засоби забезпечують негайний доступ до інформації, друковані видання, як і раніше, користуються великою увагою з боку широкого кола читачів і слугують важливим джерелом для повторного поширення матеріалів.

Регулярними публікаціями ДПІ є: «Щорічник ООН», визнаний головним щорічним довідковим матеріалом про Організацію та її діяльність; «Хроніка ООН», «ЮН брифінг пейперс», «Африка рекавері», «Девелопмент Бізнес», а також «Девелопмент Апдейт». Призначення видань ДПІ: надання достовірної інформації про цілі і діяльність ООН і про життєво важливу роль, яку вона відіграє у вирішенні сучасних проблем.

При підготовці друкованої й аудіовізуальної продукції ДПІ все більше враховує потреби ЗМІ стосовно змісту, стилю і своєчасності. Цьому сприяв запуск Інтернет-радіо й телевізійних програм он-лайн, а також розміщення цифрових фотографій і публікацій про діяльність Організації в усьому світі. Розширення глобальної мережі означає, що до електронної інформації на сайті ООН щороку безкоштовно одержують доступ мільйони людей.

ДПІ має ефективний орган, що дає йому змогу відігравати ключову роль у визначенні, координації і забезпеченні інформаційно-пропагандистського змісту інформаційної сторінки ООН в Інтернет, – це Секція інформаційних технологій. Основним компонентом ДПІ з питань технічних нововведень є Відділ інформаційно-технічного обслуговування ДПІ з керування, саме йому доручена розробка дизайну *сайту ООН*. Домашня сторінка ООН у мережі Інтернет містить основну інформацію про систему ООН та її роботу, останні

новини, прес-релізи, щоденні зведення подій, інформацію щодо публікацій, архіви новин, електронний тур штаб-квартирою ООН, інтернет-трансляції засідань й окремих подій, посилання на присутність ООН в соціальних мережах.

ООН має складності з поширенням інформації через велику розмаїтість своєї аудиторії. Вирішувати цю проблему і покликані *інформаційні центри і служби*. Вони відповідають за діяльність з поширення інформації про систему ООН на національному й регіональному рівнях, за забезпечення розуміння ідеалів і програм роботи ООН й формування сприятливої громадської думки. Їх функції включають підтримку робочих зв'язків з урядовими інформаційними службами, національними і місцевими ЗМІ, НУО і навчальними закладами; організацію адаптації інформаційних матеріалів і їхнього перекладу місцевими мовами; поширення матеріалів, укладених ДПП; організацію і проведення семінарів й інших заходів підтримки зв'язків із громадськістю; діяльність із забезпечення підтримки з боку національних урядів і організацій для сприяння здійсненню цілей ООН.

Мережа інформаційних центрів ООН є одним з основних компонентів стратегій Організації у сфері публічної інформації й важливий засіб стимулювання інтересу на місцях до глобальних питань. Основні заходи центрів: поширення нової інформації про поточні події в ООН шляхом інформування ЗМІ про останні новини, організація прес-конференцій, випуск інформаційних бюлетенів, інтерв'ю, а також моніторинг публікацій в засобах інформації і реагування на них.

За загальне керування інформаційними центрами відповідає Служба інформаційних центрів. Вона проводить консультації з державами-членами і департаментами стосовно всіх аспектів роботи центрів, відповідає за забезпечення ефективного використання ресурсів, а також дає рекомендації з планування інформаційної діяльності, координує здійснення допоміжних

заходів в галузі інформації на рівні всієї системи ООН і відповідає за своєчасне забезпечення центрів інформаційними матеріалами<sup>94</sup>.

Відповідно до рекомендацій постійної робочої групи, здійснюється низка заходів інформаційно-пропагандистського характеру і широке поширення матеріалів. Наслідком цієї ініціативи стало опублікування в простому і доступному для ЗМІ форматі серії фактологічних бюлетенів зі спростуванням помилкових заяв, що час від часу робилися на адресу ООН у пресі й інших ЗМІ. На користь ефективності цієї ініціативи говорить великий попит, яким користуються фактологічні бюлетені у приватних осіб, а також організацій, у тому числі в ЗМІ. Вони поширюються через Інтернет, а також інформаційними центрами ООН місцевими мовами.

Важливою частиною інформаційно-довідкового механізму ООН є *Бібліотека ім. Дага Хаммаршельда*. Головна функція Бібліотеки – забезпечення делегацій, Секретаріату й інших офіційних груп ООН можливості оперативно, з максимальною зручністю одержувати доступ до бібліотечних матеріалів, необхідних для виконання їхніх обов'язків; послуги спеціалізованим установам, акредитованим представникам ЗМІ, організаціям, навчальним закладам, а також широкій громадськості. Бібліотеці також доручено здійснювати спостереження за системою бібліотек-депозитаріїв.

Суттєвий внесок в інформаційне забезпечення здійснюють такі традиційні види діяльності, як екскурсії для відвідувачів, програми брифінгів для шкіл і коледжів, можливість влаштовувати в Центральних установах виставки, що готуються органами ООН і групами за її межами, а також наявність персоналу, здатного організувати семінари, концерти й урочисті заходи в особливих випадках. Жодна впливова організація в жодній країні світу не може обійтися без цих елементів.

На жаль, Україна не має повноправного інформаційного центру. Головним елементом інформаційної діяльності ООН в Україні є Представництво ООН.

---

<sup>94</sup> Макаренко С. А. Міжнародні інформаційні відносини: монографія / С. А. Макаренко. – К.: Наша культура і наука, 2002. – 452 с.



Воно виконує деякі функції центру, інформуючи громадськість про основні заходи Організації, випускаючи матеріали, що містять інформацію про цілі, принципи та діяльність ООН і відповідаючи на запити місцевих установ та окремих осіб. Також воно має свій сайт в Інтернеті, де розміщує зведення останніх новин та дані про проекти основних установ ООН в Україні. Однак в Україні запущено *Центр електронної інформації ООН*, місія якого – створення необхідних умов щодо забезпечення більш вільного доступу цільових груп (лідерів самоврядувань України, службовців центральних та місцевих органів влади, представників громадських організацій, засобів масової інформації, а також учбових організацій та академічних установ) до інформаційних ресурсів ООН, запровадження дієвої системи виявлення, реєстрації, та поширення в Україні кращих практик та ініціатив у галузі сталого розвитку населених пунктів з урахуванням досвіду організацій системи ООН та забезпечення інформаційної підтримки учбових програм ООН-Хабітат зі стратегічного планування.

**ЮНЕСКО (UNESCO – United Nations Education, Science and Culture Organization).** Високі технології ХХ ст. викликали глибокі трансформації у світовій політичній системі, змінили інтелектуальний рівень виробництва, ускладнили економічні, соціальні та культурні відносини між державами. Процеси глобалізації комунікацій мають неоднозначні наслідки для міжнародної політики: з одного боку, вони забезпечують планетарні взаємозв'язки та взаємовпливи, сприяють демократизації глобального управління на противагу авторитаризму та ізоляціонізму, відкривають нові можливості для досягнення глобального добробуту; з іншого боку, технологічні зміни формують нові типи поляризації в сучасному світі, сприяють виключенню інформаційно бідних країн та національних спільнот із загального цивілізаційного процесу.

У відповідь на процеси глобалізації комунікацій ЮНЕСКО розпочала широкомасштабні міжнародні консультації та глобальні аналітичні дослідження із зазначених проблем з метою узгодити концептуальні підходи та

підготувати міжнародні документи для утвердження основоположних цінностей демократії в інформаційному світі. Організація та країни члени ЮНЕСКО розглядають глобалізацію як складний процес змін усіх сфер життєдіяльності цивілізації, усвідомлюючи наслідки трансформацій для того, щоб втілювати стратегію і політику в інтересах розвитку всього людства, зберігаючи повагу до національної самобутності та ідентичності.

*Діяльність ЮНЕСКО у сфері інформації й комунікації у різних регіонах світу зосереджена на таких проблемах<sup>95</sup>:*

• Стратегія ЮНЕСКО щодо подолання інформаційного дисбалансу між *Африкою* та розвинутими країнами заснована на партнерському співробітництві з іншими установами системи ООН та організаціями, які спеціалізуються в галузі гуманітарного розвитку. Основні проблеми регіону полягають у відсутності комплексної національної / регіональної політики в галузі інформації, інформатики, комунікації та структури управління; відсутності широкого доступу до інформаційних послуг та послуг застосування ІКТ унаслідок слаборозвинутих національних / регіональних інфоінфраструктур; обмеженій присутності африканської тематики в інформаційних магістралях та ідеї інформаційного розвитку в суспільній свідомості населення країн Африки; відсутності висококваліфікованих фахівців з телекомунікацій та створення мереж, необхідних для підтримки стабільного функціонування інфоінфраструктур, відсутності стратегій розподілу знань та навичок у африканській діаспори; відсутності досліджень щодо можливостей використання та модернізації комп'ютерного та мережевого обладнання початкового покоління технологій з метою зменшення витрат.

ЮНЕСКО підтримує політику гуманітарного розвитку Африки на основі формування національної / регіональної інфраструктури, технічної підтримки таких віртуальних середовищ, як е-університети, е-бібліотеки, е-установи, створення багатоцільових обцинних телецентрів, зміцнення зв'язків між

---

<sup>95</sup> Макаренко С. А. Міжнародні інформаційні відносини: монографія / С. А. Макаренко. – К.: Наша культура і наука, 2002. – 452 с.

африканськими спеціалістами та діаспорою. Африканські уряди здійснюють політику створення інформаційних спільнот (общин) як умови широкого доступу до інформаційних та комунікаційних послуг відповідно до соціально-економічних і культурних потреб африканського континенту. Одним з головних завдань політики ЮНЕСКО в африканському регіоні є постійні консультації з національними урядами з проблем реалізації міжнародної інформаційної програми, зважаючи на непередбачувані політичні конфлікти, зміни урядів та їх зовнішньополітичних стратегій.

- У країнах арабського світу ЮНЕСКО здійснює проекти відновлення і відродження Олександрійської бібліотеки як унікального центру освіти і культури з передовими технологіями (відкрита у 2002 р.); програми вдосконалення фундаментальної та інженерної освіти за допомогою інформаційних і комунікаційних технологій та регіональної мережевої інфраструктури, у рамках якої реалізовано спільно з ПРООН проекти «Сирійська мережа вищої освіти та досліджень», «Єгипетський симпозіум з дистанційної освіти за допомогою супутникового зв'язку»; фінансування програм з інформаційних технологій у середній школі, створення національних центрів передового досвіду в галузі інформації та комунікації. Реалізація проектів ґрунтується на вирішенні проблем політичного характеру, пов'язаного з державними обмеженнями міжнародного інформаційного обміну та вільного потоку інформації, впливом релігійних факторів на інформаційну політику мусульманських країн, традиційним тендерним дисбалансом у доступі до інформаційних послуг та діяльності.

- Завдання ЮНЕСКО в регіоні *Латинської Америки та Карибського басейну* полягає у підтримці координації зусиль та об'єднання ресурсів держав з основними спеціалізованими інформаційними асоціаціями, міжурядовими й неурядовими організаціями, які зацікавлені в реалізації регіональної інформаційної політики, із системними та інформаційними службами, а також організаціями, що фінансують інформаційні проекти з метою досягнення множинного ефекту і включення регіону в глобальне інформаційне суспільство;

здійснення програми «Пам'ять світу», якою передбачається оцифрування культурних та історичних надбань регіону; забезпечення широкого доступу до цифрової інформації, особливо для населення малодоступних та ізольованих міських і сільських регіонів; використання прикладних програм з інформаційних технологій у таких стратегічних галузях, як освіта, охорона здоров'я, наука і технології, охорона довкілля; за активної підтримки національних урядів ЮНЕСКО здійснює також комплексну програму «Архіви та нові технології», через яку запроваджується дослідження та оцифрування архівної документації політичного, гуманітарного та культурологічного характеру, модернізація і реставрація аудіовізуальних матеріалів у новому цифровому середовищі.

• Політика ЮНЕСКО в *європейському регіоні* обумовлена різним рівнем інформаційного розвитку країн Західної, Центральної та Східної Європи. Довгострокові стратегії співробітництва ЮНЕСКО з ЄС передбачають дослідження нових ринків інформаційних продуктів та послуг, передачу нових технологій (ноу-хау), поширення знань з метою сталого розвитку, створення урядових електронних мереж для ефективного управління. Актуальною проблемою для країн Європи є «економічна глобалізація», пов'язана з концентрацією інформаційного бізнесу в США та політикою протекціонізму для американської інформаційної індустрії в Інтернеті. Глобалізація проявляється в концентрації комунікаційного сектору, що передбачає утворення різноманітних потужних економічних альянсів шляхом об'єднання суб'єктів ринку; глобалізація передбачає міжнародний рух інвестицій і в такий спосіб сприяє збільшенню віддачі від них; у сфері аудіовізуального виробництва глобалізація уможлиблює корпоративний контроль не тільки над засобами передачі інформації, а й над самою інформацією, що передається за допомогою цих засобів; з розвитком глобалізації зростає проблема монополізації інформаційного сектора; глобалізація є однією з передумов ефективної міжнародної торгівлі на основі нових інформаційних технологій та глобальних інформаційних мереж; глобальна інформаційна економіка повинна

базуватися на делокалізації ринків і принципах вільної торгівлі; Інтернет стає головним каналом обміну нематеріальними товарами і послугами з огляду на високу пропускну здатність і можливості переміщення в просторі значних масивів інформації.

Сучасний погляд ЮНЕСКО на концепцію інформаційного розвитку людства пов'язаний, крім економічного зростання, зі способом існування глобальної спільноти, демократичним характером політичних систем, правами людини та соціокультурними проблемами. Основними факторами такого розвитку вважаються рівні можливості у доступі та використанні життєво важливих ресурсів, стабільність політичних та соціальних інститутів, поширення нових знань на всіх рівнях суспільства і забезпечення всезагальної участі у практичній реалізації узгодженої міжнародної політики.

Важливим етапом еволюції політики ЮНЕСКО в галузі інформації і комунікації стало прийняття на 29-ій сесії Генеральної Конференції ЮНЕСКО (1996 р.) концептуального документу «*Інформаційне суспільство для всіх*»<sup>96</sup>, в якому було визначено роль ЮНЕСКО у становленні глобального інформаційного суспільства. Мета концепції полягала в забезпеченні кожному індивіду міжнародного співтовариства широкого і вільного доступу до інформаційних ресурсів, необхідних для рівноправної участі в житті нової суспільної формації та у вільному обміні ідеями та знаннями. Нові методи обробки інформації і забезпечення доступу до неї впливають на її якість, надійність і різноманітність, уможливають порушення збалансованості і, як результат, позбавлення певних прошарків суспільства справедливого доступу до життєво важливих інформаційних ресурсів. Інформація і знання набувають важливого значення для подолання нерівностей інформаційного розвитку, оскільки вважаються глобальним суспільним надбанням і відіграють важливу роль у зміцненні глобальної демократії.

---

<sup>96</sup> Міжнародна інформація: терміни і коментарі. Навчальний посібник / Макаренко Є. А., Рижков М. М., Кучмій О. П., Фролова О. М. – Вид. 2-ге, доповн. та переробл. – К.: Центр вільної преси, 2016. – С. 211-213.

Серед проблем, які розглядаються в концептуальному документі, можна виділити такі: розвиток досліджень про соціальний вплив комунікаційних та інформаційних технологій; популяризація міжнародної політики з розвитку інформаційних магістралей і включення країн, що розвиваються, в інформаційне суспільство; сприяння міжнародній дискусії з питань прав людини у майбутньому інформаційному суспільстві, включаючи право на доступ до інформації і конфіденційність; сприяння розвитку міжнародного аналізу основних етичних і культурних проблем у зв'язку з інформаційною революцією, включаючи питання змісту інформації і заборони інформації расистського, агресивного та дискримінаційного характеру; сприяння аналізу проблем моральних прав, яким загрожують нові технологічні можливості; сприяння поширенню методів обробки інформації і забезпечення доступу до неї в галузі науки, культури і комунікації тощо.

Іншими програмами ЮНЕСКО в галузі інформації й комунікації були:

1. «Новий міжнародний інформаційний порядок» (1980 р.): проблеми диспропорції міжнародних інформаційних потоків, справедливого розподілу прибутків транснаціональних інформаційних корпорацій.

2. «Комунікації на службі людству» (1984 р.) : правові проблеми розповсюдження інформації, створення інституційної основи взаємодії у міжнародній інформаційній сфері.

3. «Міжнародна програма розвитку комунікації» (1989 р.) сприяла формуванню національних інформаційних агентств інформаційно бідних регіонів через підготовку національних кадрів для галузі й сприяння розбудові національної інформаційної інфраструктури.

4. «Комунікація на службі людству, або Нова комунікативна стратегія ЮНЕСКО» (1990) – п'ятирічний план, де визначені такі завдання для ЮНЕСКО: інвестиції в інфраструктуру, збільшення та модернізація комунікаційних мереж у країнах, що розвиваються; підготовка людських ресурсів, віддання пріоритетів освіті, відповідній технології та прикладним дослідженням; підготовка досліджень з проблем соціокультурного впливу

комунікаційних медіа та нових технологій на культурну ідентичність народів; розвиток програм, націлених на освіту тих, хто користується комунікаційними медіа, з метою навчити їх критично орієнтуватись в інформації та вміти відбирати її, щоб зреагувати на можливі маніпуляції і захистити свої громадянські права.

Майже кожен із структурних відділів ЮНЕСКО має свій інформаційно-документаційний центр. До основних найбільших центрів відносяться:

- Документаційний центр Бюро зовнішніх зв'язків;
- Документаційний центр Відділу публічної інформації;
- Документаційний і довідковий центр Відділу термінології, документації і довідкової інформації;
- Документаційний статистичний центр;
- Документаційний центр Відділу у справах молоді;
- Комунікаційний документаційний центр Відділу комунікації, інформації та інформатики;
- Документаційний культурний центр;
- Документаційний та інформаційний центр Відділу освіти;
- Документаційний центр Міжнародного інституту освітнього планування.

Основними базами даних є: UNESBIB (бібліографічна база даних ЮНЕСКО) містить усі публікації і документи ЮНЕСКО, усіх її регіональних відділень та інститутів і бібліотечні каталоги за період після 1972 р. (виходить у друкованому, он-лайнному і CD-варіантах); UNESDOC (повні тексти документів ЮНЕСКО) виходить у друкованому, он-лайнному і CD-варіантах; UNESTHES (перелік усієї термінології, що використовується в документах ЮНЕСКО англійською, французькою та німецькою мовами) виходить у друкованому та електронному варіантах.

**ОБСЄ (Організація з безпеки і співробітництва в Європі).** Процеси світової глобалізації вплинули на можливості суверенних держав визначати напрями й стратегії політичних змін як всередині країни, так і в світі в цілому, обумовили необхідність створення потужного механізму міжнародних

інститутів на регіональному рівні для розв'язання глобальних проблем міжнародного співробітництва. Ідея проведення наради з безпеки і співробітництва в Європі (НБСЄ) виникла в 1960-х рр. з метою врегулювання кризових ситуацій за допомогою доктрини миротворчості, превентивної дипломатії, переговорних процесів. Передбачалося обговорити і закріпити політичні і територіальні реалії Європи, відкрити інформаційний простір країн-учасниць для вільного обміну ідеями, вільного виявлення поглядів і професійної діяльності, зняти ідеологічне протистояння і міжнародну напруженість у відносинах між Заходом і Сходом. У період 1972-73 рр. у Гельсінкі відбулися консультації, у результаті яких були схвалені заключні рекомендації конференції, що дістали назву «Блакитна Книга», і передбачали організаційні основи проведення наради.

Основним підсумком діяльності НБСЄ стало ухвалення 1 серпня 1975 р. Політичної Декларації – Гельсінського заключного акту, який стосувався трьох основних сфер:

- безпеки і роззброєння, інформаційними складовими чого стали: проблеми регіональної безпеки, розвиток політичного діалогу між країнами НАТО та колишнього Варшавського договору, інформаційно-аналітичне забезпечення прийняття спільних політичних рішень, обмін інформацією військового призначення для врегулювання регіональних конфліктів, забезпечення інформаційної безпеки і здійснення програми захисту від зовнішніх і внутрішніх інформаційних загроз, дотримання основних прав і свобод людини;

- економіки, науки, нових технологій та охорони навколишнього середовища, що включають поглиблення співпраці та обмін інформацією в галузі економіки, медицини, ядерної енергетики, співробітництва і дослідження у сфері нових комунікаційних та інформаційних технологій, раціональне використання природних ресурсів, спільне вирішення економічних проблем в європейському регіоні;

- співробітництва в гуманітарній та культурній сферах, яке передбачає участь ОБСЄ в інформаційних програмах міжурядових організацій – Ради



Європи, ЄС та НАТО, міжособистісні контакти громадян різних країн, забезпечення плюралізму засобів масової комунікації, сприяння професійній діяльності журналістів, обмін у галузі культурного надбання, створення інформаційного банку даних спільної європейської спадщини «Пам'ять Європи», реалізація освітніх програм за новими напрямками комунікаційних та інформаційних технологій<sup>97</sup>.

До компетенції ОБСЄ як суб'єкта міжнародних інформаційних відносин (рішення про перетворення «Наради» в «Організацію» було прийнято на Будапештській конференції глав держав і урядів 1994 р.) відносять напрями діяльності, визначені Гельсінською угодою (1975 р.), політичними меморандумами та іншими заключними документами організації. *Засади інформаційної політики ОБСЄ* викладені в розділі «Співробітництво в гуманітарній та інших галузях» Гельсінського Заключного акту 1975 р. Країни-учасниці, усвідомлюючи потребу встановлення взаєморозуміння між державами, відзначаючи важливе значення інформації та підкреслюючи істотну і впливову роль преси, радіо, телебачення, кіно, видавництв, ставлять за мету сприяти вільному і незалежному поширенню всіх форм інформації, заохочувати співробітництво в галузі комунікації та міжнародних інформаційних відносин, створювати умови для здійснення професійної діяльності представникам засобів масової комунікації, незважаючи на кордони і в зонах воєнних конфліктів.

Зокрема, у документі визначено такі напрями співпраці в інформаційній сфері:

- забезпечення вільного доступу до інформаційних джерел, сприяння поширенню інформації, важливої для суспільства;
- ефективне поширення друкованої інформації (газет, журналів, інших друкованих видань), сприяння поширенню кіно-радіо-телевізійної продукції;

---

<sup>97</sup> Макаренко Є. А. Міжнародні інформаційні відносини: монографія / Є. А. Макаренко. – К.: Наша культура і наука, 2002. – 452 с.

- співпраця в галузі інформації, яка передбачає заохочення міжнародного обміну інформацією на основі коротко- або довгострокових угод чи домовленостей, зокрема між медіа-організаціями (телеграфними агентствами, видавництвами, видавничими організаціями, телерадіо-організаціями, журналістськими спілками і федераціями);

- вдосконалення умов діяльності журналістів, що передбачає спрощення процедури видачі віз, оформлення поїздок журналістів країн-учасниць, сприяння ввезенню технічного устаткування для здійснення професійної діяльності.

Крім того, Гельсінський Заключний акт містить низку інших розділів, що стосуються діяльності в галузі інформації: розділ про обмін економічною і комерційною інформацією, який включає публікацію статистичних даних про виробництво, національний прибуток, бюджет, споживання, зовнішню торгівлю; розділ про поширення інформації, яка використовується для економічного прогнозування з метою розвитку торгівлі, вільного переміщення товарів і послуг через кордони держав; розділ про співробітництво у галузі культури, в якому йдеться про розширення зв'язків між країнами.

У Гельсінському Заключному акті під впливом інформаційної революції перед країнами-учасницями ОБСЄ були поставлені головні цілі: забезпечити вільний обмін ідеями, і поглядами за допомогою традиційних або нових комунікаційних засобів незалежно від територіальних і мовних бар'єрів.

Важливою подією в політичній діяльності ОБСЄ вважається Перша Конференція НБСЄ/ОБСЄ з гуманітарного виміру (Париж, 1989 р.), де були розглянуті нові політичні завдання організації і проголошено 10 принципів співробітництва країн-учасниць:

- 1) повага до суверенітету (в тому числі інформаційного);
- 2) невторчання у внутрішні справи інших країн (відмова від інформаційного тиску і маніпулювання інформацією з недобросовісними намірами);

- 3) мирне врегулювання спорів (пропаганда ідей толерантності та культури миру);
- 4) територіальна цілісність (заборона підбурювання до сепаратизму і протистояння);
- 5) повага до прав людини та основних свобод, включаючи свободу виявлення поглядів, переконань (недопущення дискримінації за інформаційною ознакою);
- 6) непорушність кордонів (інформаційна безпека);
- 7) утримання від використання сили або погрози силою (уникнення зовнішніх інформаційних загроз);
- 8) рівність та право на самовизначення (забезпечення інформаційних прав національних меншин);
- 9) співробітництво між державами на основі домовленостей у політичній, економічній, інформаційній і культурній сферах;
- 10) дотримання зобов'язань, встановлених міжнародними договорами та положеннями Гельсінського Заключного акту та інших відповідних документів НБСЄ/ ОБСЄ.

Однак необхідно підкреслити, що із різних причин Паризька Хартія для Нової Європи – Заключний документ першої конференції з гуманітарного виміру не вирішила безпосередніх проблем прямого та опосередкованого впливу інформації на міжнародну і національну політику, дотримання основних інформаційних прав і свобод людини та ЗМК.

Друга конференція НБСЄ/ОБСЄ з гуманітарного виміру, яка проходила в Копенгагені (1990 р.), прийняла документ про основні права людини. Країни-учасниці погодилися гарантувати, що будь-які обмеження основоположних прав і свобод повинні бути «передбачені законом та ... послідовні відповідно до зобов'язань країн-учасниць за міжнародним правом – Міжнародним пактом про громадянські і політичні права (1966 р.) і відповідно до Загальної декларації про права людини (1948 р.). Кожне обмеження прав і свобод повинно в демократичному суспільстві відповідати одній із цілей

певного закону та бути суворо пропорційним меті такого закону». У Копенгагенському документі держави-учасниці ОБСЄ зобов'язалися припинити і заборонити поширення інформації, яка містить пропаганду ідей національної, расової та релігійної ненависті, вважаючи, що загроза расизму, ксенофобії та етнічної ненависті перешкоджатиме цілям безпеки і співробітництва в Європі.

Документи III Конференції з гуманітарного виміру (Москва, 1991 р.) ще раз підтвердили та розвинули політичні погляди НБСЄ/ОБСЄ на право вільного вираження поглядів та свободу засобів масової комунікації, визнавши право ЗМК вільно збирати, висвітлювати та поширювати інформацію, новини й погляди.

Гельсінський заключний документ – політична декларація «Проблеми доби змін» (1992 р.) відбивала досягнуту домовленість щодо реформування інститутів НБСЄ, запровадження посади Верховного комісара у справах національних меншин, формування механізму превентивної дипломатії та здійснення миротворчих операцій. Концепція превентивної дипломатії ОБСЄ, створена на основі доповіді Генерального секретаря ООН Б. Б. Галі «Порядок денний для миру» (1992 р.), передбачала широкий спектр заходів – політичних, економічних, дипломатичних, інформаційних, спрямованих на попередження конфліктів та кризових ситуацій у регіоні. З цією метою ОБСЄ було запроваджено спеціальні *«місії для встановлення фактів»* та *«місії доповідачів»*, до обов'язків яких входить збирання, обробка і поширення інформації про конфліктонебезпечні зони; інформування Організації про розвиток подій, проведення відповідних консультацій з урядами країн-учасниць на основі офіційної інформації, поданої на прохання місій НБСЄ/ОБСЄ, відрядження спеціальних посланників для перевірки достовірності інформації. ОБСЄ створила спеціальну інформаційну систему раннього попередження щодо екологічних загроз, ядерних аварій, стихійного лиха, епідемій, голоду.

Політичні, економічні, дипломатичні та військові заходи превентивної дипломатії ОБСЄ включають такі інформаційні компоненти, як переговорні

процеси (політичні комунікації), об'єктивне висвітлення сутності конфлікту в засобах масової комунікації; спостереження за проведенням референдумів і виборів та інформаційно-аналітичні моніторинги ЗМК; підтримання контактів та обмін інформацією з опозиційними групами, надання фінансової допомоги незалежним і демократичним засобам масової комунікації, забезпечення вільного пересування представників ЗМК для здійснення професійної діяльності через кордони країн-учасниць ОБСЄ.

На наступних самітах представники країн-учасниць ОБСЄ засвідчили, що право на вільне вираження поглядів і незалежну діяльність ЗМК сприяє демократичному розвитку, а обмеження свободи вираження поглядів є попередженням про можливі конфлікти в суспільстві. Запропоновано виробити загальні принципи безпечного і надійного обміну інформацією в кризових ситуаціях і попередження поширення дезінформації, яка впливає на ескалацію конфлікту. У той же час країни-учасниці висловилися проти контролю і використання з боку недемократичних режимів державних ЗМК для необ'єктивного впливу на свідомість суспільства і створення викривленої інформаційної реальності. Підкреслювалося також, що авторитарні режими порушують фундаментальні права і свободи ЗМК, обмежують функціонування вільної незалежної інформації і застосовують насилля і переслідування журналістів, опозиційних політиків. Нерівність можливостей політичних партій у плані доступу до електронних і друкованих засобів масової інформації сприяє деформації виборчого процесу і недемократичності результатів. Представники неурядових організацій порушили питання про необґрунтовані звільнення журналістів і самоцензуру на державних каналах як механізми тиску на ЗМК та підрив їх реальної незалежності від урядових органів.

Місію співробітництва з ОБСЄ в Україні (окрім постійних органів) здійснює Координаційний центр проектів ОБСЄ в Україні, мандат якого передбачає впровадження проектів із трансформації законодавства, експертну та матеріально-технічну допомогу. Проекти Координаційного центру спрямовані на міжнародне співробітництво щодо вдосконалення законодавства

України з прав людини (право на комунікацію, медіа-право); допомогу Омбудсмену з прав людини (практика інформаційних позовів у Європейському Суді); захист прав ЗМІК і журналістів; створення електронної бази даних Верховного суду України; моніторинг адміністративного управління й можливостей заснування адміністративних судів; обмін досвідом із західними країнами<sup>98</sup>.

**НАТО (NATO – North Atlantic Treaty Organization).** Процес політичних змін в Європі за своїми глобальними наслідками обумовив трансформацію політичної та військової стратегії НАТО: від конфронтації часів «холодної війни» (глобальної інформаційної операції) до стратегічної рівноваги у Європі на основі політичного діалогу, колективної безпеки та миротворчості. Основними принципами діяльності Альянсу стали спільні дії країн-членів та різнобічне співробітництво в умовах європейської інтеграції і побудови інформаційного суспільства. Зокрема, ще в 1991 р. було прийнято рішення про головні напрями діяльності НАТО у перспективі на ХХІ ст. і посилення політичної ролі Альянсу в процесах міжнародної безпеки та євроатлантичної інтеграції. Пріоритетами політики безпеки визнано: врегулювання конфліктів, переговорні процеси і консультації, розширення зони відповідальності, партнерство в рамках програми ПЗМ («Партнерство заради миру»). Доктрина зовнішньої політики НАТО зосереджена в рамках діяльності міжнародного секретаріату організації та інших цивільних установ і структур Альянсу, які надають підтримку країнам-членам та країнам-партнерам з проблем досягнення консенсусу і прийняття рішень, реалізують багатосторонні програми партнерства з країнами в галузях безпеки, миротворчості, економіки, науково-технічної співпраці, високих технологій та зв'язків із громадськістю.

Інформаційна діяльність НАТО спрямована на встановлення системи зв'язків з урядами країн-членів, інформування громадськості про діяльність і завдання Альянсу, на впровадження нових технологій у системи забезпечення

---

<sup>98</sup> Макаренко С. А. Європейська інформаційна політика: монографія / С. А. Макаренко. – К.: Наша культура і наука, 2000. – 368 с.

відповідних функціональних підрозділів організації. Інформаційна політика Альянсу полягає в роз'ясненні програм та заходів організації в галузі безпеки та оборони: всі уряди країн-членів НАТО визнають демократичне право міжнародної спільноти отримувати інформацію щодо діяльності міжнародних інститутів, які підтримують національну безпеку, а також усвідомлюють важливість розуміння і підтримки урядової політики безпеки з боку громадськості.

Відділ інформації та преси НАТО, до складу якого входять служби інформації і засобів масової комунікації, надає допомогу у здійсненні заходів для інформування суспільства в країнах-членах НАТО, забезпечення оперативних зв'язків організації із засобами масової комунікації; розповсюдження інформації про Альянс у країнах, які зацікавлені у співробітництві за програмою особливого партнерства (особливі двосторонні відносини з Росією, особливе партнерство з Україною, середземноморський діалог). Врегулювання конфлікту в європейському регіоні (Югославія) силами НАТО зумовило необхідність розширення інформаційних програм, спрямованих на роз'яснення суті миротворчих операцій та створення умов для стабілізації ситуації на європейському континенті<sup>99</sup>.

Ініціативи НАТО «Партнерство заради миру», «Трансформація Альянсу», «Посилення європейської стратегії безпеки» зумовили потребу у відповідних інформаційних заходах та проектах взаємодії мереж зв'язку, створенні системи пошуку інформації в умовах конфліктів та її використання, у заходах превентивної дипломатії, у багатофункціональному поширенні інформації й несекретної інформації оборонного призначення.

Нова стратегія зовнішньої політики – розширення НАТО на Схід – обумовила нові завдання в галузі інформаційної політики, спрямованої на роз'яснення позицій Організації щодо європейської доктрини безпеки, на поглиблення обізнаності громадськості країн «нової демократії» з цілями і

---

<sup>99</sup> Макаренко С. А. Європейська інформаційна політика: монографія / С. А. Макаренко. – К.: Наша культура і наука, 2000. – 368 с.

завданнями Альянсу. Інформаційні програми НАТО передбачають доступ до джерел організації, поширення позиційних матеріалів, використання засобів зв'язку через Інтернет, реагування на громадські запити, зв'язки із ЗМК, проведення інформаційних моніторинрів, семінарів та спеціальних заходів інформаційного забезпечення діяльності Альянсу.

Комунікаційні підрозділи НАТО – служба інформації та преси, служба зв'язку й інформаційних систем, ситуаційний центр НАТО, служба інформаційних систем штаб-квартири НАТО, підкомітет НАТО з питань управління радіочастотами, дорадчий комітет із засобів радіоелектронної боротьби, школа НАТО з систем інформації та зв'язку – займаються забезпеченням інформаційної безпеки; інформаційним супроводом політичних консультацій та переговорних процесів під час конфліктів і в пост-конфліктний період; управлінням інформаційними потоками та базами даних у зонах воєнних дій; захистом комп'ютерних мереж і систем від потенційного застосування інформаційних озброєнь.

Показово, що інформаційні програми для окремих країн можуть передбачати концептуальну, практичну фінансову допомогу у видавничій діяльності, підготовці та виданні матеріалів для інформування громадськості з проблем діяльності НАТО.

Доступ до інформації про політику Альянсу здійснюється через Інтернет безпосередньо з сайтів НАТО, а також через засоби масової комунікації, які висвітлюють діяльність Організації в міжнародних інформаційних мережах. Служба преси НАТО надає підтримку акредитованим журналістам та іншим представникам ЗМК у вигляді прес-релізів, інтерв'ю з високими посадовими особами, проведенні загальних інформаційних брифінгів, у створенні інформаційного середовища за допомогою електронних засобів, відповідних ресурсів інформаційного забезпечення для висвітлення подій, пов'язаних з НАТО, реагування на політичні рішення організації, воєнні акції, міжнародні контакти (візити, конференції, багатосторонні зустрічі).



Зміна геополітики в європейському регіоні обумовила концептуальні рішення про трансформацію Альянсу в напрямках співробітництва з іншими європейськими інституціями у сфері створення ефективної системи європейської безпеки; перебудови власної інфраструктури; співпраці з Росією та країнами Центральної і Східної Європи. Одним із конкретних кроків стало рішення про розширення НАТО на Схід, за яким 28 вересня 1995 р. (згідно з досягнутими домовленостями) на колективному брифінгу в штаб-квартирі НАТО в Брюсселі країнам-партнерам було представлено документ «Дослідження про розширення НАТО», призначений для більш чіткого розуміння, «чому» та «яким чином» розширюватиметься НАТО і що саме має зробити Альянс та можливі кандидати на членство в організації для підготовки до приєднання.

Враховуючи ці фактори, НАТО спрямовує свою політичну діяльність на інформаційне переконання світової громадськості про нову роль Альянсу в регіоні, тобто про визнання тези, що НАТО є союзом колективної оборони та європейської безпеки і його діяльність не спрямована проти третіх країн. У зв'язку з цим основним завданням Організації є поширення інформаційного впливу на країни Центральної та Східної Європи у рамках Ради євроатлантичного партнерства та програми «Партнерство заради миру».

Задля ефективного забезпечення цих завдань Інформаційна служба НАТО вдається до всебічної допомоги національним урядам: Альянс запропонував концепцію *«множинного підходу»* (multiple approach) до численних інформаційних ресурсів, яка забезпечує гнучкий підхід до потреб кожної країни-члена та спрямована на створення оптимальних відносин у галузі регіональної інформаційної безпеки. Ця концепція залишається головним принципом інформаційної діяльності НАТО, основними механізмами якого є публічна дипломатія, участь у програмі США «Інформаційна парасолька», створення регіональної системи інформаційної безпеки, активне інформування громадськості. Завдання інформаційної служби НАТО полягає в продукуванні інформаційних матеріалів, які можуть використовуватися як у програмах

штаб-квартири Організації, так і в інших програмах національних урядів і неурядових організацій. Інформаційна служба за допомогою мас-медіа проводить пропагандистські кампанії з питань: як і чому було створено НАТО, які його функції та межі політичної діяльності?

За підтримання щоденних контактів із засобами масової інформації відповідає Служба преси та засобів масової інформації, якій доручено передавати журналістам офіційні заяви та повідомлення, організувати інтерв'ю з Генеральним секретарем, відповідати на запити журналістів і забезпечувати відвідання НАТО представниками засобів масової інформації. Бюро інформації та преси НАТО надає необхідну допомогу неурядовим організаціям та інформаційним центрам у країнах-учасницях ПЗМ, зокрема у тому, що стосується програм відвідування НАТО, семінарів, конференцій та видавничої діяльності.

Уряд кожної держави НАТО відповідає за пояснення громадянам національної політики в галузі оборони і безпеки та роль цієї країни в НАТО. В кожній країні НАТО існують різні шляхи інформування громадськості щодо політики та цілей НАТО, оскільки їх визначення є компетенцією національних урядів, як і виділення необхідних для цього коштів. Всі уряди країн-членів НАТО визнають демократичне право громадян отримувати інформацію щодо діяльності міжнародних структур, які підтримують національну безпеку, а також усвідомлюють важливість забезпечення розуміння і підтримки урядової політики безпеки з боку громадськості.

Головною метою інформаційної діяльності Альянсу є розширення громадського розуміння питань безпеки й залучення громадян до ґрунтовного і конструктивного обговорення поточних аспектів безпеки та формування політики на майбутнє. Всі плани заходів та робочі програми, розроблені з метою підтримки головних ініціатив, започаткованих державами НАТО в останні роки, містять окремі розділи, присвячені інформаційному забезпеченню. Офіційні тексти, що, як правило, публікуються Альянсом у вигляді комюніке або заяв для преси, є офіційно узгодженими документами, що

віддзеркалюють спільно погоджену політику держав НАТО з конкретних питань або всієї сукупності політичних питань, які переглядаються упродовж року. Ці документи утворюють громадський архів Альянсу і дають можливість аналізувати процес формування політики та еволюцію рішень у контексті відповідних політичних подій і обставин. Всі ці тексти публікуються двома офіційними мовами Альянсу, і досить часто іншими мовами.

Інформаційна політика НАТО містить як гуманітарні, так і військові аспекти інформаційного співробітництва і забезпечує програми обміну інформацією, впровадження нових технологій в оборонну доктрину і політичне співробітництво, сприяє поширенню ідей толерантності і культури миру. Інформаційна політика НАТО має два визначальні аспекти: 1) створення ефективної системи регіональної інформаційної безпеки та програми співробітництва з державами-членами Організації; 2) формування гуманітарного іміджу Північноатлантичного Альянсу як актора міжнародних відносин, що має концептуально важливе значення як у сенсі утвердження самої Організації, так і для формування відповідної думки світової громадськості про нові цілі та завдання Альянсу.

Інформаційні системи НАТО розроблені для забезпечення невійськових аспектів діяльності організації. Яскравим прикладом може бути Система дослідження проблем очищення довкілля (ECHS) на основі технологій Інтернет, розроблена Комітетом з проблем сучасного суспільства НАТО (CCMS). Мета цієї програми – інформаційне забезпечення пілотних досліджень, що проводить Комітет у сфері охорони довкілля, зокрема вузькопрофесійною технічною інформацією, а також створення основи для обміну інформацією про стан довкілля, яка складає наднаціональний інтерес.

З 1993 р. НАТО почала використовувати Інтернет для надання інформації із загальних проблем регіональної та світової безпеки і щодо участі Альянсу у розв'язанні цих проблем. З цією метою було створено інтегровану базу даних НАТО (NIDS), яка дає змогу користуватися документами, публікаціями та дослідженнями НАТО в політичній, військовій, економічній, науковій та

гуманітарній сферах, зокрема, текстами комюніке, офіційних заяв, повідомлень для преси, програм, а також різноманітними інформаційно-довідковими матеріалами. Інтегрована база даних також містить деякі аналітичні матеріали, підготовлені для використання різними органами НАТО (наприклад, Штабом Верховного головнокомандувача Об'єднаними збройними силами НАТО в Європі). Окрім того, через цю систему можна отримувати інформаційні, довідкові та аналітичні матеріали, які готують для широкої громадськості інші міждержавні інституції та неурядові організації (наприклад, ОБСЄ, Рада Європи, Північноатлантична асамблея тощо).

Інформаційна діяльність НАТО в Україні здійснюється на основі Меморандуму про взаєморозуміння між Організацією й урядом України щодо заснування Центру інформації та документації НАТО. В документі зазначено, що інформаційна діяльність Альянсу, включаючи мас-медіа, неурядові організації, освітні та наукові кола (цивільні й військові), спрямована на подолання застарілих психологічних стереотипів та ідеологічних упереджень і має сприяти створенню позитивного іміджу Організації в Україні.

Центр інформації та документації НАТО, відкритий в травні 1997 р. Генеральним секретарем НАТО, став центром інформаційної діяльності, спрямованої на пояснення широкому загалу української громадськості переваг Особливого партнерства з НАТО. Це перший центр такого типу, який НАТО відкрила у країні-партнері. З того часу Центр відіграє провідну роль у поясненні політики Альянсу і подоланні невірних поглядів на Організацію. Три основні напрями роботи Центру: 1) співробітництво з українською елітою; 2) поширення інформації про НАТО в пресі; 3) інформаційно-освітні програми на каналах українського телебачення.

Центр інформації та документації НАТО:

- підтримує проекти і наукові дослідження з тематики НАТО та в рамках наукової програми НАТО;
- проводить офіційні інтерв'ю, прес-брифінги та інформаційні дні;

- поширює публікації про НАТО у всіх регіонах України поштою або у електронному вигляді;

- пропонує доступ до Інтернету для пошуку інформації з питань безпеки українським урядовцям, представникам ЗМІ, науковцям, студентам, лідерам наукових організацій та громадськості, сприяє організації обмінів фахівцями та забезпечує доступ до документації НАТО;

- допомагає в проведенні ознайомчих візитів в штаб квартиру НАТО.

Центр інформації й документації НАТО опирається на інформаційну основу діяльності Відділу інформації та преси НАТО.

Центр видає на постійній основі бюлетень «Новини НАТО» українською мовою. Це інформаційне видання має певну структуру. Перш за все, висвітлюються події, пов'язані з діяльністю НАТО та співробітництвом з країнами-партнерами. Подається також оцінка подій у світі з точки зору НАТО. Існує постійна рубрика, в якій розповідають про зміни в керівництві та структурі НАТО, про візити високих посадових осіб НАТО до України, анонують майбутні навчання як за участю країн-членів, так і країн партнерів<sup>100</sup>.

При допомозі Центру в 1999 р. побачило світ нове видання довідника НАТО українською мовою (до 1991 р. він вважався закритим документом). Центр інформації і документації перекладає і видає українською мовою друковані матеріали – від компіляцій інформаційних текстів і заяв Альянсу до періодичних та одноразових публікацій, які можуть бути використані для ґрунтовних громадських обговорень відповідних аспектів політики в галузі безпеки. Центр уповноважений також видавати періодичний журнал «НАТО Ревю», брошури, інформаційні бюлетені та інші матеріали, спрямовані на підвищення рівня поінформованості громадськості. Окрім цього, Центр надає допомогу у розповсюдженні заяв Генерального секретаря НАТО, який є

---

<sup>100</sup> Макаренко С. А. Європейська інформаційна політика: монографія / С. А. Макаренко. – К.: Наша культура і наука, 2000. – 368 с.

офіційним речником Альянсу, а також текстів промов Генерального секретаря та інших офіційних представників НАТО.

Двосторонні контакти між Україною і НАТО, під час яких відбувається обмін інформацією, здійснюються через різні канали:

- контакти на найвищому рівні: Президент України і МЗС – Генеральний секретар НАТО – президенти країн-членів Альянсу. Засідання Комісії Україна – НАТО на рівні міністерств закордонних справ, міністерств оборони. Ці контакти визначають основні напрями співпраці між Україною та НАТО;

- дуже важливий канал у напрямку зближення України з НАТО – представництво України в НАТО у Брюсселі. Це офіційний канал зв'язку між МЗС України, українським урядом, НАТО. Завдяки цій інформаційній структурі забезпечуються консультації на високому рівні двічі на рік між Україною та Північноатлантичною Радою і відбувається підготовка зустрічей на найвищому рівні у рамках Хартії;

- сам Центр інформації і документації НАТО, що ліквідує дефіцит інформації про НАТО;

- Контактна місія, створена на базі посольств країн-членів НАТО;

- місія зв'язку. У рамках заходів і надання підтримки взаєминам між Україною і НАТО до Києва призначено двох офіцерів зв'язку. На цьому рівні реалізується програма «Партнерство заради миру», погоджуються питання, пов'язані з навчанням і візитом до НАТО українських військових, підтримуються заходи, що проводяться в руслі цивільного та військового співробітництва в рамках відносин між НАТО і Україною;

- двосторонні військові відносини між державами-членами НАТО і України.

**Центральноєвропейська Ініціатива.** Концепція і програма діяльності міжурядової регіональної організації Центральноєвропейська Ініціатива (до якої входять Австрія, Албанія, Болгарія, Беларусь, Боснія і Герцеговина, Італія, Республіка Македонія, Молдова, Польща, Румунія, Словаччина, Словенія, Угорщина, Україна, Хорватія, Чехія, Югославія), створеної у 1989 р. з метою

багатостороннього співробітництва країн Центральної і Східної Європи, передбачає активну участь країн-членів у європейських інтеграційних процесах, зокрема, інтегрування до європейського та євроатлантичного економічного, політичного, правового та інформаційного простору, гармонійне входження до політичних та економічних структур ЄС. Реальними формами співпраці між державами регіону є спільні підходи країн ЦЄІ до вирішення проблеми міждержавних інформаційних обмінів, розвитку демократії і плюралізму, вираження поглядів, забезпечення основних прав і свобод людини і засобів масової комунікації, створення об'єднаної центральноєвропейської інформаційної магістралі, становлення інформаційної економіки, впровадження нових технологій у всі сфери життєдіяльності суспільства .

Інформаційні стратегії країн Центральної і Східної Європи спрямовані на уникнення бар'єрів і нерівності між країнами та спільнотами, ліквідацію диспропорцій в регіональних інформаційних потоках, консолідацію інформаційних ресурсів, збереження національної самобутності та ідентичності.

Інформаційна складова, що входить до пріоритетів міждержавного співробітництва країн ЦЄІ, враховує нові геополітичні реалії в Європі, специфіку регіону та забезпечує здійснення національних ініціатив на регіональному рівні. Для країн ЦЄІ характерні процеси фундаментальних політичних, економічних і соціальних перетворень, становлення нових форм транскордонного співробітництва, модернізація індустрії на основі інформаційних і комунікаційних технологій<sup>101</sup>.

Країни ЦЄІ успадкували політичні й економічні важелі регулювання інформаційної сфери (телекомунікацій, телерадіомовлення, мас-медіа), які жорстко контролювали міждержавний і внутрішній обіг інформаційних масивів. Зміна геополітики в центральноєвропейському регіоні обумовила прогресивний поступ країн ЦЄІ до європейської інтеграції, однак суспільні

---

<sup>101</sup> Макаренко С. А. Європейська інформаційна політика: монографія / С. А. Макаренко. – К.: Наша культура і наука, 2000. – 368 с.

процеси в різних країнах залежать від обраної політичної моделі, доктрини економічного розвитку, загального суспільного усвідомлення необхідності новацій.

Регіональна інформаційна політика ЦЄІ тісно пов'язана як з національними програмами розвитку, так і з глобальними концепціями інформаційного суспільства, які визначають тенденції й перспективи міжнародних відносин. У документах ЮНЕСКО про розвиток регіональних програм інформаційного суспільства зазначено, що позитивні зміни у країнах Центральної і Східної Європи мають створити підґрунтя для забезпечення основних прав і свобод у галузі інформації, функціонування незалежних і плюралістичних засобів масової комунікації. Беручи до уваги політичні, економічні та соціальні умови країн центральноєвропейського регіону, в тому числі й національні відмінності, актуальною проблемою є прийняття програм становлення інформаційного суспільства, правове регулювання міждержавних інформаційних обмінів, впровадження європейських стандартів у застосування нових комунікаційних та інформаційних технологій, сприяння поширенню об'єктивної інформації про політичні, соціальні та етнічні процеси в країнах ЦЄІ, протидія монополізації засобів інформації. Використання нових ІКТ відкриває нові канали і можливості для вільного поширення інформації, для запобігання дискримінації за інформаційною ознакою, для розвитку толерантності і плюралізму.

У рамках ЦЄІ підписані і діють міждержавні угоди про співробітництво у сфері телекомунікацій і зв'язку, науки і нових технологій (програми «Цезар» і «Глобалстар»), засобів масової комунікації (спільно з ЄС), угоди про створення і функціонування інформаційно-документаційного центру ЦЄІ і надання інформаційних послуг країнам-членам з питань діяльності Ініціативи, про зв'язки ЦЄІ з регіональними міжнародними організаціями та інститутами.

Спільні підходи ЦЄІ і ЄС до міждержавного співробітництва в інформаційній сфері, особливо у сфері розвитку інформаційної інфраструктури, телекомунікацій, високих технологій, розглядаються як головні засади



економічного регіонального розвитку, обумовлюють можливість вагомого внеску країн-членів ЦЄІ в діяльність ЄС, спрямовану на забезпечення зростаючої інтеграції в Європі. Країни-члени ЦЄІ виступають за активний обмін інформацією з ЄС у галузі зовнішньої політики, включаючи можливе приєднання країн Ініціативи до заяв і спільних позицій країн ЄС, у тому числі щодо інформаційного суспільства. ЦЄІ також підтримує програми інформаційного співробітництва з ОБСЄ, Радою Європи, Європейською Економічною Комісією, ООН, Радою країн Балтійського моря.

Ще в 1994 р. ЄС організував відкриті дискусії для країн-кандидатів та країн-партнерів із політичних, економічних, соціальних і культурних аспектів інформаційного суспільства під егідою незалежного консультативного органу ЄС «Форум інформаційного суспільства», який розробляє і впроваджує інформаційну політику в європейському регіоні. Головною метою Форуму інформаційного суспільства є гарантії збалансованого розгляду всіх аспектів і проблем, пов'язаних зі становленням інформаційного суспільства в Європі, забезпечення можливостей залучення до діяльності Форуму країн-членів ЄС, країн-членів ЦЄІ, представників фінансових, ділових кіл, громадськості Центральної і Східної Європи для формування суспільного розуміння глобальних інформаційних процесів, визначення пріоритетних напрямів для діяльності та реалізації проектів. Характерною ознакою Форуму інформаційного суспільства є проведення дискусій і розробка пропозицій консультативного характеру для органів ЄС, національних урядів країн ЦЄІ. У рамках Форуму ведуться політичні дискусії з проблем інформаційного суспільства і підтримки національних ініціатив; соціальних та демократичних цінностей, культури і сфери нових послуг засобів масової інформації; зайнятості, створення робочих місць та політики соціального захисту населення в умовах концентрації комунікації; захисту прав споживачів, забезпечення права доступу до інформаційних «благ»; трансформації адміністративної та громадської взаємодії; інформаційної «освіченості» населення Європи.

Форум забезпечує регіональне співробітництво в реалізації програми становлення європейського інформаційного суспільства, сприяє інтегруванню телекомунікацій, мас-медіа, інформаційних мереж (Євронет), формує регулятивні норми, спрямовані на уніфікацію правових підходів до інформаційних суспільних відносин.

Європейська комісія ЄС та Форум започаткували програму підтримки країн-членів ЦЄІ для реформування телекомунікацій, розширення сфери інформаційних послуг, становлення інформаційної економіки, ефективного використання інформаційних ресурсів, комерціалізації системи зв'язку і створення ефективного інформаційного права (принципів регулювання інформаційних відносин).

Заходи ЄС та Форуму інформаційного суспільства щодо залучення країн ЦЄІ до європейської інтеграції базуються на пріоритетності ідеї інформаційного суспільства для нових незалежних держав як такої, що здатна поліпшити ефективність державного управління, конкурентоспроможність виробництва інформаційних послуг, фінансування програм інформаційного розвитку. Зокрема, план дій ЄС і Форуму щодо країн-членів ЦЄІ передбачає:

1) фінансування національних і регіональних мультимедійних програм з метою інформаційної і комунікаційної інтеграції; реалізацію інформаційних програм у рамках ЄС для розвитку багатокультурності кіберпростору;

2) розширення ЄС за рахунок інтегрування країн-членів ЦЄІ до європейських структур, перш за все, за напрямами співробітництва у сфері телекомунікацій, інфоінфраструктури, обміну масивами даних, електронної комерції, муніципального електронного управління;

3) створення умов для гармонізації законодавства ЄС і національного законодавства у сфері інформаційних відносин, зокрема законів, що регулюють захист даних і створення незалежних контролюючих органів у галузі охорони даних;

4) розвиток комп'ютерних та електронних засобів зв'язку між Європарламентом і країнами-членами ЦЄІ;

5) підтримку участі країн ЦЄІ в бізнесових проектах ЄС із впровадження інформаційних і комунікаційних технологій<sup>102</sup>.

Україна входить до Центральноєвропейської ініціативи з 1996 р. і розглядає свою участь в цій організації як один з напрямів реалізації зовнішньополітичного курсу держави і концепції стратегічного партнерства – інтеграції до європейських та євроатлантичних структур. Діяльність в рамках ЦЄІ створює для України можливості підготовки до набуття повноправного членства в ЄС, практичного оволодіння методами спільного напрацювання політичних рішень, співробітництва у сфері розвитку телекомунікацій, науки і нових технологій, засобів масової комунікації. Україна – член робочих груп ЦЄІ з науки і технологій, міжнародних інформаційних обмінів, розбудови транспортних оптоволоконних магістралей.

**Рада Європи.** Інформаційна політика Ради Європи підтверджує прихильність організації принципам плюралістичної демократії, поваги до інформаційних прав людини, верховенства права, встановлення стандартів у галузі інформаційних прав людини, впровадження європейських стандартів у конвенції для забезпечення демократії в Європі. Мета діяльності організації – становлення вільного, толерантного і справедливого суспільства на основі спільних цінностей, таких, як вільне вираження поглядів, свобода слова та інформаційної діяльності, культурна різноманітність і рівноправність кожної особистості.

До демократичних цінностей віднесено нову регіональну інформаційну політику, принципи використання комунікаційних та інформаційних технологій, забезпечення інформаційних прав, встановлення широких можливостей для міжурядового співробітництва. Рада Європи закликала спільно знайти відповіді на проблеми інформаційного суспільства на основі балансу інтересів, оптимальної рівноваги між правом на інформацію і повагою до приватного життя.

---

<sup>102</sup> Макаренко С. А. Європейська інформаційна політика: монографія / С. А. Макаренко. – К.: Наша культура і наука, 2000. – 368 с.

У рамках Організації прийнято документи, які регламентують інформаційні відносини в європейському регіоні: конвенції, декларації, угоди, меморандуми, рекомендації і резолюції, статuti, хартії, положення з основних та спеціальних напрямів інформаційної діяльності, зокрема Європейська конвенція прав людини (1950 р., з доповненнями), Європейська конвенція про транскордонне телебачення (1989 р.), конвенції про обмін правовою інформацією, загальні засади міжнародного співробітництва в Європі, заборону аудіовідео-піратства тощо. Розробляються нові регіональні документи про регулювання інформаційних потоків у Інтернеті, охорону інформаційної інтелектуальної власності, заборону дискримінації за інформаційною ознакою, про використання засобів масової комунікації в політичних та виборчих процесах<sup>103</sup>.

З 1986 р. Рада Європи проводить європейські конференції на рівні міністрів країн-членів, які виробляють спільні стратегії і рішення щодо регіональної інформаційної політики. Так, були розглянуті і прийняті документи про майбутнє телебачення в Європі (1986 р.), створення європейської багатонаціональної системи засобів масової комунікації (1988 р.), про економіку мас-медіа та нові засоби комунікації (1991 р.), демократичне суспільство і принципи інформаційної діяльності (1994 р.), про становлення інформаційного суспільства в Європі (1997 р.), про пан'європейську медіа-політику XXI ст. (2000 р.).

Рада Європи активно займається проблемами правового регулювання європейського інформаційного поля, про що свідчать міжнародні угоди з питань телерадіомовлення, які мають на меті сприяти розширенню європейського аудіовізуального простору, охороняти права інтелектуальної власності, забезпечити доступ до універсальних інформаційних послуг (Європейська угода про обмін програмами телефільмів, 1958 р.; Європейська угода про захист телемовлення, 1960 р. (з Протоколом 1965 р. та Додатковими

---

<sup>103</sup> Макаренко С. А. Міжнародні інформаційні відносини: монографія / С. А. Макаренко. – К.: Наша культура і наука, 2002. – 452 с.

Протоколами 1974 р., 1983 р.); Європейська угода про захист телерадіомовлення, що ведеться зі станцій поза національними територіями, 1965 р.; Європейська конвенція про інформацію щодо зарубіжного законодавства, 1968 р.; Європейська конвенція про авторське право та суміжні права в галузі транскордонного супутникового мовлення, 1980 р.; Європейська конвенція з транскордонного телебачення, 1989 р. та ін.).

Політичні дискусії в ПАРЄ про концентрацію комунікації в Європі, про становлення нового суспільного ладу – інформаційного суспільства та нової економіки на основі комунікаційних технологій втілилися у резолюціях та рекомендаціях Ради Європи: про боротьбу з аудіовізуальним піратством (1985 р.), про культурні параметри радіо в Європі (1987 р.), про Європейський рік кінематографії (1987 р.), про використання ЗМК під час виборчих кампаній (1988 р.), про співробітництво в аудіовізуальній галузі між Сходом і Заходом (1989 р.), про вплив телекомунікацій на Європу (1990 р.), про гарантії незалежності суспільних засобів масової комунікації (1996 р.), про плюралізм засобів масової комунікації (1999 р.), про універсальні суспільні комунікаційні та інформаційні послуги (1999 р.), про заходи щодо висвітлення в засобах масової комунікації виборчих кампаній (1999 р.), про плюралізм ЗМІ і різноманіття медіа-контенту (2007 р.), про фінансування суспільного мовлення (2009 р.), про управління суспільними засобами масової інформації (2012 р.) тощо.

Результати політичного співробітництва країн-членів Ради Європи відображені в документах спеціалізованих конференцій з інформації і комунікації, де обговорювали такі теми:

- 1) перспективи координації європейської інформаційної політики, сприяння розвитку європейської аудіовізуальної продукції, суспільного і приватного телебачення; забезпечення конкурентоспроможності європейських інформаційних продуктів та виробників на світових ринках, заохочення країн з обмеженим географічним та лінгвістичним ареалом до активної участі у виробництві та поширенні аудіовізуальної продукції в Європі; політика

підтримки національних служб телебачення, приватних та суспільних телерадіо-організацій, усвідомлюючи їх важливість для вільного обміну телепрограмами і свободи виявлення поглядів; формування суспільної свідомості, збереження культурної самобутності європейських націй;

2) збереження і підтримки свободи слова шляхом гарантій плюралізму на телебаченні, поваги до прав людини і суспільства; створення суспільного телебачення і забезпечення місії служіння громадськості; розвиток культурного та освітнього компоненту телебачення і програм, які відображають цінність та різноманітність європейської культури; підтримка ініціатив суспільних та приватних медіа-організацій щодо встановлення європейських критеріїв та технічних стандартів для телерадіомовлення; заохочення міжнародного співробітництва між європейськими та неєвропейськими партнерами; підтримка трансляцій (дублювання та використання субтитрів) для подолання мовних бар'єрів у поширенні телевізійних програм в європейському регіоні; встановлення нових форм експорту об'єднаної торгівлі європейської аудіовізуальної продукції; систематичний обмін інформацією між європейськими виробниками і розповсюджувачами інформаційних продуктів;

3) зміни у політичних стратегіях розвинутих країн Європи щодо впливу комунікацій на суспільство, регіональну економіку і діяльність транснаціональних корпорацій, на процеси європейської інтеграції; технологічний прогрес та інші чинники, які обумовили широкий доступ суспільства до різноманітних інформаційних послуг і створили прецеденти незалежного використання інформаційної продукції третіми сторонами з фінансовими наслідками для медіа-організацій, власників ЗМК та суспільства; заохочення законодавчої діяльності країн-членів РЄ, створення національних законів з авторського права та права інформаційної інтелектуальної власності, прискорення роботи над проектом Європейської Конвенції з авторського права та суміжних прав;

4) забезпечення міжнародних гарантій вільного вираження поглядів у ЗМК, встановлення інституту відповідальності на основі Європейської

Конвенції з прав людини; зусилля ЗМК повинні концентруватися на різних аспектах політичного і культурного плюралізму, вільного доступу до офіційної інформації, на захисті прав журналістів у конфліктних ситуаціях та досконалому вивченні національного законодавства в галузі прав людини і ролі ЗМК у поширенні інформації про фундаментальні права і свободи; країни-члени РЄ повинні надати гарантії економічної незалежності суспільним медіа-організаціям і забезпечити права громадськості на отримання інформації, яка становить суспільний інтерес;

5) запобігання зловживанням свободою слова і невикористання нових технологій для порушення прав людини; становлення інформаційного суспільства істотно впливає на соціальний розвиток людства і спричиняє як позитивні, так і негативні зміни. До позитивних віднесено право вільного доступу до інформації через Інтернет, розвиток глобальної інформаційної економіки, створення віртуального ринку, розвиток дистанційної освіти і культури. До негативних – прогнозоване зростання безробіття, соціальна незахищеність низькоосвічених верств населення, зловживання свободою слова, прояви дискримінації за інформаційною ознакою;

6) провідна роль РЄ та її структурних підрозділів у забезпеченні демократії шляхом визначення загальних принципів інформаційного права та політики; основою міжнародного співробітництва є встановлення балансу між правом на комунікацію та іншими чинними правами; плюралізм інформаційних послуг та змісту інформації; забезпечення соціального розвитку в умовах інформаційного суспільства; адаптація законодавства про інформацію відповідно до змін на пан'європейському рівні<sup>104</sup>.

Діяльність РЄ у галузі прав людини, демократії та засобів масової комунікації зосереджена в її директоратах, комітетах та робочих групах, які виносять на обговорення актуальні проблеми міжнародних інформаційних відносин, пропозиції щодо прийняття законодавчих актів про вплив нових

---

<sup>104</sup> Макаренко С. А. Міжнародні інформаційні відносини: монографія / С. А. Макаренко. – К.: Наша культура і наука, 2002. – 452 с.

технологій на права людини, демократичні цінності і суспільну свідомість, розробляють конкретні проекти міжурядового співробітництва щодо побудови інформаційного суспільства. *Діяльність керівного Директорату з мас-медіа (CDMM)*, який складається з експертів, призначених урядами країн-членів РЄ, спрямована на розвиток співробітництва між країнами-членами РЄ у галузі ЗМК, на перспективи і пріоритети взаємовідносин в умовах європейської інтеграції, концентрації медіа та еволюції комунікаційних процесів із метою подальшого зміцнення свободи поглядів та інформації у плюралістичному демократичному суспільстві, а також вільного обміну інформацією. CDMM готує та проводить міжнародні європейські конференції на рівні міністрів з інформаційної політики країн-членів, на яких обговорюються проблеми регіонального характеру, розробляються директиви європейської інформаційної політики та критерії європейського співробітництва у галузі ЗМК у рамках РЄ.

Зокрема CDMM має такі повноваження: 1) здійснювати свою роботу на основі збалансованого права на свободу вираження поглядів, ідей та права на приватне життя; завершити роботу щодо розкриття інформації та виявлення суспільної думки про політичних діячів та офіційних осіб, розкриття інформації в інтересах суспільства та забезпечення висвітлення судових процесів з тим, щоб визначити загальні орієнтири для всієї Європи; дослідити проблеми, обумовлені поширенням інформації, що завдає матеріальної шкоди, принижує честь та гідність людини, у тому числі у традиційних ЗМК; 2) вивчити наслідки розповсюдження інформації у прямому ефірі приватними особами або іншими джерелами, яка не може бути обмежена професійною журналістською етикою або кодексом поведінки; 3) відстежувати вплив плюралізму на розвиток нових комунікаційних та інформаційних послуг, тенденції до більшої медіа-концентрації з тим, щоб належним чином врахувати всі необхідні пропозиції щодо забезпечення плюралізму змісту та послуг; 4) досліджувати в цьому контексті важливість збереження різноманітності джерел інформації; стратегію збереження європейської культурної спадщини; вплив розвитку нових комунікаційних та інформаційних послуг на захист авторських і



суміжних прав для забезпечення необхідного рівня цього захисту; 5) розвивати політику та заходи, що дадуть змогу ЗМК забезпечити соціальну єдність та запобігти загрозі соціальної ізоляції, розшарування суспільства, зумовленого розвитком інформаційних технологій; здійснювати роботу з використання нових комунікаційних послуг із метою забезпечення їх широкого розповсюдження та використання їх демократичного потенціалу як засобу обміну інформацією і думками в суспільстві; 6) сприяти медіа-освіті та комп'ютерній грамотності в нових умовах з огляду на глобалізацію комунікації і вільний доступ до інформаційних послуг; 7) розробляти політику та заходи, що сприятимуть країнам-учасникам розвивати суспільні послуги телерадіоорганізацій у світлі відповідних принципів РЄ; 8) досліджувати розвиток нових інформаційних та комунікаційних послуг із метою визначення загальних пан'європейських принципів для адаптування регулятивної бази ЗМК; 9) заохочувати пан'європейські обміни інформацією і досвідом стосовно регулятивних, спільно-регулятивних та саморегулятивних ініціатив, що були розпочаті у країнах-членах; переглянути правові та політичні документи, які були розроблені до цього часу з метою внесення змін, відповідних новим викликам; вжити заходи, спрямовані на обмеження шкідливого впливу інформації (насилля чи порнографії) на вразливі групи суспільства – підлітків та молодь; впроваджувати етичні кодекси і правила поведінки для інформаційної індустрії в Європі.

Під керівництвом CDMM був створений Комітет експертів з питань прав і свобод журналістів, до компетенції якого входить розгляд таких питань, як необхідність гарантій необмеженого доступу до журналістської професії; дійсної незалежності від політичної влади та економічного тиску; доступ до урядової інформації; захист конфіденційності інформаційних джерел, що використовуються журналістами.

Діяльність Комітету експертів із комп'ютерної злочинності полягає в ідентифікації та визначенні нових злочинів у кіберпросторі; розробці принципів регулювання кіберпростору. До компетенції Комітету відноситься також

визначення юридичних прав та кримінальної відповідальності у зв'язку з транскордонним потоком інформації через Інтернет. На нього покладено завдання розробки Конвенції про злочини в кіберпросторі.

Робоча група № 15 у складі проектної групи з охорони персональних даних досліджує наявність правового і технічного захисту персональних даних; можливості встановлення відповідальності провайдерів інформаційних послуг та Інтернету перед користувачами; забезпечення охорони персональних даних через певний рівень анонімності та укладання угод про охорону персональних даних; досягнення більшої конфіденційності шляхом використання криптографічних засобів.

Група фахівців, які розглядають вплив нових комунікаційних технологій на права людини та демократичні процеси, займається аналізом проблеми впливу Інтернету на права людини, зокрема на поширення інформації шкідливого чи агресивного змісту (наприклад, доступ до аморальної інформації). Діяльність групи з регулювання небажаної комунікації та гарантій недоторканності приватної інформації базується на застосуванні статті 8 (право на приватне життя) і статті 10 (свобода вільного вираження поглядів та інформації) Європейської конвенції з прав людини.

Європейський суд із прав людини, створений згідно з протоколом № 11 до Європейської Конвенції про права людини, функціонує на постійній основі, його юрисдикція поширюється на всі питання, що стосуються тлумачення і застосування Конвенції та протоколів до неї.

Директорат з інформації і документації РЄ підтримує міжнародне співробітництво у регіоні через інформаційні місії, центри та бюро у країнах-членах організації. Метою діяльності подібних установ є поширення інформації про напрями та результати діяльності РЄ, допомога у зміцненні демократичної системи через співробітництво з європейською організацією, пропагування досліджень РЄ в галузі прав людини та інформації, співробітництво з правозахисними організаціями і транскордонний обмін інформацією між європейськими країнами, взаємодія між інформаційними

місіями та Радою Європи. Крім поточної роботи з поширення інформації, інформаційні місії РЄ перекладають і публікують матеріали про діяльність організації, проводять семінари та дискусійні «круглі столи» з актуальних проблем міжнародного співробітництва, здійснюють пошук інформації за запитами в банку даних РЄ<sup>105</sup>.

**Неурядові організації.** Тенденції глобального розвитку, динаміка міжнародних інформаційних відносин, багатовекторність міжнародної інформаційної політики, історичні демократичні традиції європейських інститутів обумовлюють діяльність міжнародних спеціалізованих (МСО) й неурядових організацій (НУО).

НУО наділені правом звертатися до Генерального Секретаря ПАРЄ з меморандумами, пропозиціями, проектами рішень щодо розгляду актуальних проблем міжнародних інформаційних відносин у спеціалізованих комітетах та робочих групах Організації. Політичними досягненнями МСО та НУО вважається: участь в інформаційних обмінах з потенційними країнами-членами РЄ, зокрема щодо механізму захисту прав людини у сфері вільного вираження поглядів та свободи ЗМК, система спільного управління молодіжними інституціями РЄ (Європейським молодіжним центром та Європейським молодіжним фондом) з метою пропагування ідей інформатизації суспільства, нового осмислення економічної стабільності та професійної орієнтації; допомога країнам Центральної та Східної Європи як важливого чинника побудови демократичного суспільства, а також реалізація спільних проектів («Політика на службі суспільства та участь громадськості у політиці» (Будапешт, 1991), «Роль міжнародних неурядових організацій у сучасному суспільстві» (Страсбург, 1993), «НУО і громадянське суспільство: свобода і межі виявлення поглядів» (Вільнюс, 1995), «Інформаційне суспільство – виклик для Європи» (Салоніки, 1997), «Нова політика об'єднаної Європи» (Ніцца, 2000) тощо).

---

<sup>105</sup> Макаренко С. А. Міжнародні інформаційні відносини: монографія / С. А. Макаренко. – К.: Наша культура і наука, 2002. – 452 с.

НУО виступають як альтернативна мобільна система міжнародних відносин, яка адекватно реагує на зміни у системі, нові політичні, соціокультурні та економічні реалії. «Громадська» сутність НУО має політичний характер, визначає мету та завдання діяльності: боротьбу за свободу, рівність, справедливість, незалежність від державної влади; створення нового типу суспільної сфери комунікацій, який втілює ідею політичного та культурного розмаїття в інформаційному суспільстві.

Розвинута система МСО та НУО об'єднує інституції, метою діяльності яких є участь у побудові глобального інформаційного суспільства; встановлення міжнародного порядку, що базується на принципах людської гідності, солідарності народів і свободи комунікації; дослідження транснаціональних асоційованих мереж як прогресивних компонентів сучасного суспільства.

Зважаючи на характер і мету діяльності МСО та НУО, пропонують таку класифікацію міжнародних спеціалізованих та неурядових організацій<sup>106</sup>:

1) Міжнародні організації загальної компетенції (Міжнародна федерація з інформації та документації, Спілка міжнародних асоціацій, Міжнародна асоціація: інформація задля розвитку, Інститут інформаційного суспільства, Міжнародна спілка досліджень комунікації, Європейський центр парламентських досліджень та документації, Міжнародний інститут комунікацій тощо), метою діяльності яких є забезпечення міжнародних відносин у галузі інформації та комунікації на рівні громадських організацій, участь НУО у виробленні міжнародної політики в цій сфері, організація наукових досліджень міжнародних проблем комунікації, формування суспільної думки щодо стратегії розвитку цивілізації;

2) Міжнародні організації спеціальної компетенції, метою діяльності яких є розв'язання проблем у сфері міжнародних відносин за окремими напрямками міжнародної комунікації, забезпечення діалогу за віссю «державна – влада –

---

<sup>106</sup> Міжнародна інформація: терміни і коментарі. Навчальний посібник / Макаренко Є. А., Рижков М. М., Кучмії О. П., Фролова О. М. – Вид. 2-ге, доповн. та переробл. – К.: Центр вільної преси, 2016. – С. 219-221.

приватний сектор», об'єднання фахівців для розробки професійних стандартів, організація широких представницьких контактів НУО на міжнародній арені. Міжнародні організації спеціальної компетенції, у свою чергу, поділяють на:

- правозахисні (організації свободи слова, прав людини і боротьби з цензурою: Організація 19 статті – Міжнародний центр боротьби з цензурою);

- медійні (організації спеціалізованих напрямів співробітництва у галузі мас-медіа): журналістські (Міжнародна федерація журналістів, Європейський союз асоціацій наукових журналістів, Європейський інститут медіа, Європейська асоціація підготовки журналістів), організації телерадіомовлення (Європейська асоціація комерційного телебачення, Європейська телерадіомовна спілка, Європейська Рада комерційного телебачення), організації друкованої преси та реклами (Жіноча публіцистична служба, Союз преси країн ЄС, Спілка асоціацій редакторів газет, Європейський рекламний тріумвірат, Європейська асоціація рекламних агентств), організації суспільного телерадіомовлення та інформаційні агентства («ВВС», «Канал 4», «Шведське радіо», ТВ3, АКІ);

- організації інформаційних та комунікаційних послуг (кабельного, супутникового, електровз'язку, мультимедіа, мережевого та інтернет-зв'язку: Міжнародна рада кабельного зв'язку, Міжнародна організація космічного зв'язку, Міжнародна асоціація мобільного супутникового зв'язку, Європейська комісія поштового, телеграфного та телефонного зв'язку, Європейський форум мультимедіа, Європейська аудіовізуальна обсерваторія, Європейська спілка операторів кабельного зв'язку, Європейська асоціація інформаційних послуг, Європейське космічне агентство, Асоціація інформаційного менеджменту;

- організації християнської та католицької комунікації (Міжнародна католицька асоціація радіотелевізійних, аудіовізуальних та інтернет-послуг; Світова асоціація християнської комунікації, Європейська християнська асоціація візуальних медіа, Міжнародний союз католицької преси, Європейська прес-служба баптистів, Міжнародне християнське телерадіотовариство;

- організації з наукових, аналітичних та прикладних досліджень спеціалізованих галузей інформаційних відносин (Міжнародний союз дослідження комунікації, Інститут науковців з інформації, Європейська асоціація досліджень з розвитку інформаційних технологій, Міжнародна асоціація «Інформація та інтелект», Європейська рада наукової інформації).

Завдяки актуалізації міжнародних інформаційних обмінів відбувається бурхливе зростання кількості неурядових та спеціалізованих міжнародних організацій, розширення компетенції НУО в умовах глобалізації комунікації, посилення впливу неурядових інституцій на систему прийняття політичних рішень у рамках міжнародних універсальних організацій, потенційні можливості для організації співробітництва в цифровому суспільстві XXI ст.

Історія політичної та суспільної діяльності МСО та НУО в галузі інформації та комунікації бере початок у XIX ст., коли були створені перші міжнародні організації – Всесвітній телеграфний союз (1865 р.), Всесвітня поштова спілка (1874 р.), Міжнародна федерація з інформації та документації (1885 р.), Союз міжнародних асоціацій (1907 р.), до компетенції яких входили проблеми транскордонного обміну інформацією, регулювання традиційних та нових засобів комунікації, проведення прикладних досліджень та організація міжнародного співробітництва в інформаційній сфері.

Міжнародна федерація з інформації та документації (МФІД), одна з найдавніших неурядових організацій, проводить діяльність шляхом політичних та суспільних дискусій з актуальних проблем міжнародного інформаційного обміну на щорічних конференціях та представницьких конгресах (раз на два роки), що дає можливість розглядати стан та перспективи розвитку міжнародних інформаційних відносин. Зокрема у полі зору МФІД такі проблеми: використання нових технологій у сучасному інформаційному суспільстві з глобальними мережами, моделювання інформації та комунікації, вплив глобальних інформаційних мереж на суспільний та економічний розвиток, роль фахівців із комунікаційних технологій у суспільстві, позитивні й негативні наслідки глобалізації комунікації, трансформації світової економіки

на основі нових технологій, забезпечення соціальних і трудових прав у цифровому середовищі, збереження ідентичності в Інтернеті тощо.

Проблеми глобального порядку, системного аналізу міжнародних відносин, взаємодії міжнародних урядових та неурядових організацій, розширення транскордонного співробітництва та міжнародного обміну інформацією вирішуються в рамках «Союзу міжнародних асоціацій» (СМА), заснованого 1907 р. в Брюсселі лауреатом Нобелівської премії миру Генрі ла Фонтейном та Генеральним секретарем міжнародного інституту бібліографії Полем Отлетом. СМА сприяв створенню таких історично значущих інститутів, як «Ліга Націй» (1920 р.), «Міжнародний інститут інтелектуального співробітництва» (1925 р.), Перший Університет міжнародних відносин (1928 р.). Постійні контакти із впливовою неурядовою інституцією зараз підтримують понад 400 міжнародних організацій та асоціацій (ЕКОСОП, ЮНЕСКО, МОП, ШРО мають статус консультантів в СМА); у дослідженнях СМА беруть участь відомі фахівці з міжнародних проблем 37 країн світу.

СМА задекларував такі принципи й мету діяльності: робити внесок у глобальне співробітництво, що базується на повазі до гідності і солідарності народів та свободи комунікації; досліджувати транснаціональні інформаційні мережі, які вважаються початковими компонентами сучасного суспільства; збирати та поширювати найбільш важливу документацію та інформацію про урядові та неурядові МО і нові форми їхнього співробітництва; сприяти розвитку недержавних мереж комунікації та досліджувати міжсистемні зв'язки в міжнародних відносинах; класифікувати, аналізувати, порівнювати й висвітлювати світові проблеми з точки зору неурядових міжнародних інституцій.

Комунікаційна проблематика стосується таких сучасних досліджень га міжнародних проєктів СМА, як програма вивчення глобальних проблем і людських ресурсів (міжнародний інформаційний обмін, глобальне інформаційне суспільство); проєкт впровадження режиму прямого доступу через глобальні мережі, що розглядається як значний крок до забезпечення

світової спільноти інформацією про динаміку процесів у політичній системі міжнародних відносин, відповідає ініціативам та потребам глобальної спільноти; дослідження нетрадиційних та нових форм міжнародного співробітництва (мережеві міжнародні організації), застосування в їх діяльності можливостей міжорганізаційних мереж, особливо з використанням ускладнених інформаційних систем (мультимедійних комунікацій, телеконференцій, віртуальних офісів); проведення компаративних аналітичних моніторинрів із психосоціальних проблем щодо сприйняття ідеології інформаційного суспільства тощо<sup>107</sup>.

Значний вплив на прийняття політичних рішень у сфері міжнародних інформаційних відносин здійснює міжнародна неурядова інституція «Організація 19 статті – Міжнародний центр боротьби з цензурою»), заснована 1986 р. з метою забезпечення фундаментальних прав та свобод людини і ЗМК в еволюційно прогресуючому світі. Цілями організації є вплив на уряди національних держав для дотримання ними зобов'язань за Міжнародним Біллем про права людини; поширення міжнародних стандартів захисту свободи слова та плюралізму для впровадження в національному праві та політичній практиці урядів; сприяння боротьбі з цензурою, у тому числі і в рамках діяльності міжнародних універсальних організацій; проведення постійних моніторинрів порушень щодо здійснення права на вільне вираження поглядів; вплив на громадську думку і підтримка жертв цензури.

Організація здійснює співробітництво з національними урядами за напрямом демократичного розвитку і впровадження стандартів свободи слова шляхом реалізації регіональних програм: Центрально-Східно-Європейська програма (з 1986 р.), Африканська програма (з 1989 р.), Азійська програма (1990 р.), Програма для країн Близького Сходу та Північної Африки (з 1992 р.), Правова програма для регіонів (1989 р.).

---

<sup>107</sup> Макаренко С. А. Міжнародні інформаційні відносини: монографія / С. А. Макаренко. – К.: Наша культура і наука, 2002. – 452 с.



Консультативний статус «Міжнародного центру боротьби з цензурою» у міжурядових організаціях ЮНЕСКО, РЄ, ЄС обумовлює участь НУО в парламентських слуханнях з проблем пан'європейської політики, судових засіданнях Європейського Суду з прав людини, в міжнародному моніторингу за проектом «ІРЕХ» в Інтернеті, де щоденно фіксуються за регіонами та країнами випадки порушень права на комунікацію. Діяльність НУО базується на тісному співробітництві з відомими міжнародними урядовими та неурядовими організаціями, що сприяє встановленню міжнародних стандартів свободи слова як необхідної умови громадянського суспільства.

Політичні стратегії Міжнародного інституту комунікацій (МІК), спрямовані на реалізацію провідної програми ЮНЕСКО «Інформаційне суспільство для всіх», формування регіональної та національної політики в галузі інформації та інформатизації, створення системи медіа-бізнесу на основі нових технологій, пропагування нового зовнішньоекономічного курсу ЄС на XXI ст. МІК ініціює діалог та співробітництво у всіх сферах комунікації – від друкованих ЗМК до Інтернету для забезпечення механізму міжнародного співробітництва, а також міжнародного і регіонального партнерства. Головною метою діяльності МІК є забезпечення доступу до інформаційних ресурсів шляхом організаційної діяльності; проведення аналізу та обговорення на міжрегіональному рівні етичних, економічних, правових та соціокультурних проблем інформаційного суспільства; впровадження нових міжнародних норм і прогресивної практики в галузі міжнародних інформаційних обмінів; сприяння розвитку інформаційних мереж і мереж дистанційної освіти на місцевому, регіональному та міжнародному рівнях; втілення проектів, досліджень і стандартів, які стосуються розуміння людського розвитку та впливу нових технологій на глобальну спільноту. Діяльність МІК поширюється на 70 країн світу.

Європейські неурядові організації спеціальної компетенції обіймають широкий спектр проблем пан'європейського рівня: правозахисні організації «Форум свободи – Європейський центр»; медіа-інституції «Європейська

асоціація підготовки журналістів», «Європейський інститут медіа», «Європейська рада комерційного телебачення», «Європейська аудіовізуальна обсерваторія», «Жіноча публіцистична служба»; організації з проблем комунікацій, зв'язку та інформаційно-комунікаційних послуг «Європейська спілка операторів кабельного зв'язку», «Європейська асоціація інформаційних послуг», «Європейська асоціація інформаційного менеджменту», неурядові організації релігійного спрямування «Європейська католицька асоціація ТБ, радіо та аудіовізуальних послуг», «Європейська християнська асоціація візуальних медіа», створюючи тим самим архітектуру інформаційних відносин у регіоні, що стимулює процеси лібералізації та конкуренцію, розвиває ефективну політику щодо нових інформаційних технологій та послуг, вирішує актуальні питання політичного та соціального розвитку європейських країн.

Асоціація інформаційного менеджменту, офіційно зареєстрована 1924 р., включає 2250 членів – приватних компаній та урядових інституцій, чия діяльність стосується використання інформаційних ресурсів у 101 країні світу та регіонах. Ключовими цілями організації є репрезентація та обстоювання інтересів інформаційного сектору в бізнесі та комп'ютерних мережах на національному та міжурядовому рівнях, заохочення розвитку продуктів та послуг для потреб нової політики інформаційного суспільства, стимулювання обізнаності різних верств населення у вигідності інформаційного менеджменту для забезпечення різноманітних потреб. Експерти АІМ проводять консультації з використання новітніх досягнень у науці і технологіях, розробляють програми інформаційного менеджменту від урядів, ТНК до бізнес-організацій малого і середнього підприємництва, формують рішення щодо інформаційної політики і стратегії європейських країн.

Політичні ініціативи «Європейського форуму мультимедіа» пов'язані з викликами нових технологій для промислового виробництва, особливо галузей мультимедійних засобів. ЄФМ виступає новою формою міжнародного співробітництва громадськості, ділових та промислових кіл з урядовими інститутами, за своєю сутністю він відповідає розвитку глобального

цифрового середовища, це міжнародна мережева організація з е-штаб-квартирою (електронною платформою) та новими способами діяльності. Пріоритетними напрямами співробітництва ЄФМ визнано організацію постійного мережевого форуму для контактів та обміну інформацією між НУО і політичними партіями європейських країн з проблем глобального інформаційного суспільства; забезпечення європейської присутності на глобальних ринках мультимедійних засобів, створення інтерфейсу спільно з урядовими установами для розвитку промисловості та нових робочих місць у цифровому світі. ЄФМ визначає свою роль в європейському регіоні як «посла мультимедіа в ЄС», що обумовлює його участь у розробці проектів наукових технологічних досліджень, залучення фахівців за мережевою системою до обговорення провідних стратегій у промисловості та потенційних бізнесових програмах щодо мультимедіа, фінансову підтримку діяльності Генерального Директорату ЄС з інформаційного суспільства в галузі впровадження нової соціальної політики.

Зазначимо, що функціонування мережевих організацій як нової форми міжнародного діалогу свідчить про глобальні тенденції структуризації системи міжнародних організацій, видозміни в їхній діяльності під впливом нових технологій і спростовує виступи антиглобалістів, які вбачають у доктрині інформаційного суспільства та новій концепції міжнародних відносин політичні та соціальні загрози для національної самобутності та самодостатності.

Трансформація форм і методів діяльності Європейської асоціації операторів кабельного зв'язку (ЕССА) загалом сприяє просуванню і презентації інтересів організації (як НУО і як ТНК) на європейському рівні. Перше неофіційне співробітництво між європейськими операторами кабельного зв'язку почалося ще у 1949 р. за участю представників Швейцарії, Бельгії, Нідерландів. Динаміка відносин призвела до створення у 1955 р. формальної структури Міжнародного Альянсу, яка в 1993 р. була перейменована на «Європейську асоціацію операторів кабельного зв'язку», щоб у такий спосіб

підкреслити зміни у статусі та цілях міжнародної співпраці в рамках неурядової організації. ЕССА захищає інтереси приватних операторів кабельного зв'язку, муніципальних та сервісних компаній – користувачів мереж кабельного зв'язку та операторів телекомунікаційних організацій. Асоціація об'єднує 29 членів у 16 країнах Європи.

Метою діяльності ЕССА в умовах становлення інформаційного суспільства і впровадження нових технологій є міжнародне співробітництво за програмами і проектами розвитку кабельного зв'язку, захист інтересів європейських операторів кабельного зв'язку на регіональному і глобальному рівнях, гарантування вільного обміну інформацією між членами організації, вирішення комерційних, правових та технічних проблем функціонування НУО. Асоціація активно впливає на формування нової європейської політики в галузі телекомунікацій, аудіовізуальних послуг, цифрового телебачення, авторського права та права інтелектуальної власності в мережах та системах, лібералізації кабельної сфери, готує рекомендації та пропозиції щодо регулювання кабельного зв'язку для Європейської комісії, відповідних директоратів та робочих груп ЄС, бере участь у реалізації Європейського проекту трансляції цифрового відео за допомогою мереж кабельного зв'язку

У політичній системі Європи значну роль відіграють неурядові організації релігійного спрямування, зокрема ті, функціонування яких тісно пов'язане з католицькою церквою. Католицизм виступає як панівна релігія більшості європейських країн, Святий Престол і держава Ватикан стимулюють участь католицьких НУО в роботі різних міжнародних форумів, у діяльності міжурядових інститутів та альянсів із метою міжнародного співробітництва для збереження миру і врегулювання конфліктів, дотримання прав і свобод людини, соціального захисту обездолених, пропагування моральних цінностей як важливого аспекту міжнародної політики.

Вплив глобальних комунікаційних процесів та високих технологій особливо помітний у діяльності Міжнародної католицької асоціації радіо, телебачення та аудіовізуальних засобів, Європейської християнської асоціації

аудіовізуальних медіа, Католицької ради мультимедіа, Міжнародного союзу католицької преси, Католицької інтерактивної мережі та інших католицьких громадських об'єднань європейського континенту.

Основною метою їх діяльності є поширення ідей християнства, духовності та гуманізму за допомогою комунікаційних мереж і систем мас-медіа; заохочення неформального діалогу на різних рівнях (від глобального до національного) для вирішення проблем миротворчості, міжкультурної комунікації, збереження духовних цінностей; створення ефективної системи комунікацій для підтримки міжнародного співробітництва з урядовими структурами та неурядовими організаціями тощо.

Політичні проблеми інформаційної цивілізації виступають невід'ємним чинником міжнародного співробітництва в рамках таких європейських міжурядових спеціалізованих організацій, як «Європейський центр парламентських досліджень та документації» (ЕСPID), що діє під егідою Європейського Парламенту та Парламентської асамблеї Ради Європи, Європейська телерадіомовна спілка, Міжнародна організація мобільного супутникового зв'язку, Європейська комісія міжнародного поштового, телеграфного та телефонного зв'язку, Європейське космічне агентство. Міжнародні спеціалізовані організації проводять політику реалізації рішень і стратегій основних європейських інститутів (РЄ, ЄС) у конкретно визначеному секторі міжнародних інформаційних відносин, виконують представницьку місію, виступають відкритими форумами для обговорення дискусійних проблем європейської інформаційної політики.

Метою діяльності Європейського центру парламентських досліджень та документації (заснованого 1977 р. у Відні на конференції спікерів європейських парламентів) є забезпечення постійного обміну інформацією між парламентами країн Європи, організація робочих груп та семінарів із проблем

макроекономічних досліджень, нових інформаційних технологій та створення електронних баз даних для підтримки контактів на парламентському рівні<sup>108</sup>.

### § 3. Інформаційно-комунікаційна політика держав

Національна інформаційна політика є діяльністю компетентних органів країн з контролю, регулювання та планування процесів у сфері інформації й комунікації, сукупністю основних напрямів і способів діяльності держави щодо одержання, використання та зберігання інформації. Держава регулює відповідний розподіл інформаційних ресурсів, загальні принципи інформаційної діяльності, встановлює пріоритети для забезпечення національних інтересів. Головними напрямками національної інформполітики є: забезпечення доступу до інформації; створення національного інформаційного потенціалу; використання інформаційних ресурсів у національних інтересах; створення загальної системи охорони інформації; сприяння міжнародному співробітництву в галузі комунікації та інформації; гарантії інформаційного суверенітету держави; розвиток інформаційної інфраструктури.

Здійсненням інформаційної політики займається більшість держав світу, але обсяги їх діяльності у цій сфері залежать і від поставлених завдань, і від рівня зацікавленості конкретної країни в інтеграції до глобальної системи комунікації, від історичних чинників, політичного і економічного розвитку, фінансових і матеріальних ресурсів.

Починаючи з 1964 р., *Японія*<sup>109</sup> обрала шлях до матеріального багатства через інформатизацію суспільства, створення та використання інформаційних ресурсів. Цей вибір уможливив виведення Японії у найкоротший час на друге місце в світі за валовим прибутком на душу населення і на перше місце за багатьма показниками економіки, науки і техніки. З цього періоду веде відлік

---

<sup>108</sup> Макаренко С. А. Міжнародні інформаційні відносини: монографія / С. А. Макаренко. – К.: Наша культура і наука, 2002. – 452 с.

<sup>109</sup> Особливості інформаційної політики Японії [Електронний ресурс]. – режим доступу: [http://dn.khnu.km.ua/dn/k\\_default.aspx?M=k0659&T=02\\_2&lng=1&st=0](http://dn.khnu.km.ua/dn/k_default.aspx?M=k0659&T=02_2&lng=1&st=0)

світова історія розвитку, інформатизації суспільства, інформаційних ресурсів і технологій. За три десятиліття Японія досягла величезних успіхів. Це перша країна, уряд якої усвідомив особливу роль інформації як найважливішого фактора економічного та соціального розвитку.

Програму інформатизації було сформовано в середині 1970-х рр. Вона передбачала створення до кінця ХХ ст. особливої суспільно-інформаційної структури, яка охоплювала б виробництво, збут, транспорт, обслуговування, управління, освіту, побут. Основними напрямками досліджень визначено:

- створення систем з оброблення інформації у вигляді графічних образів і звуків (1971–1980 рр.);
- розроблення методів і систем підвищення продуктивності та якості праці програмістів (1973–1980 рр.);
- розроблення надвеликих інтегральних схем (1976–1980 рр.);
- розроблення супер-ЕОМ для надшвидких числових розрахунків.

Розроблено ЕОМ принципово нового типу (п'ятого покоління), в яких реалізовано штучний інтелект, тобто здатних до самонавчання, введення та виведення інформації в мовній та графічній формах (завершено до 1990 р.). Високий рівень елементної бази та добре освоєна техніка проектування ЕОМ уможливили оснащення засобами ЕОМ майже всіх наукових установ. У результаті з'явилася можливість використовувати дослідження, де потрібні обчислення в масштабі реального часу, тобто одночасно з досліджуваними процесами. Це значно підвищує науковий рівень робіт у галузі фізики, елементарних частин, аеродинаміки, термоядерного синтезу тощо. Об'єднання інформаційно-обчислювальних і комунікаційних систем призвело до виникнення принципово нової інфраструктури. Перехід на цифрові системи передавання інформації, розвиток волоконно-оптичних засобів зв'язку – головна особливість її розгортання. Отримані результати в галузі комп'ютерних телекомунікаційних технологій дали змогу в 1986 р. розпочати формування проекту «Нові рубежі людства». Реалізацію проекту зорієнтовано на дослідження принципів, покладених в основу функціонування живих організмів

та застосування їх у створенні нових технологій, машин, приладів, двигунів, систем управління тощо.

У процесі інформатизації економіки Японії можна виділити дві основні складові:

- збільшення в структурі економіки Японії питомої ваги галузей, що спеціалізуються на виробництві інформаційних послуг (оброблення і передавання інформації) та інформаційної техніки (зв'язок, інформаційне обслуговування та електронне машинобудування);

- зростання частки витрат на передавання та оброблення інформації в структурі виробництва всіх галузей економіки («інформатизація виробництва»).

Інформаційна технологія стає центром технічного вдосконалення всіх галузей економіки Японії. Широке застосування її в усіх сферах національного господарства веде до перетворення системи продуктивних сил економіки країни – якісної зміни робочої сили, основного капіталу, зростання місця і ролі нематеріальних ресурсів виробництва (наукових досліджень і розробок, інформації, управлінського досвіду тощо). Наслідки інформатизації економіки Японії з розвитком цього процесу зростали «лавиноподібно», відкриваючи все нові й нові сторони впливу.

Важливу роль у швидкій інформатизації японської економіки відіграло створення в країні системи ефективного державного регулювання, яке стимулювало, з одного боку, конкуренцію в інформаційній сфері та в усій економіці, а з іншого – кооперацію та співпрацю японських компаній між собою і з державними органами для забезпечення швидкого розвитку стратегічно важливих напрямів інформатизації.

Велике значення в цьому плані мали: 1) поетапна лібералізація ринків інформаційних товарів і послуг у 1970–80-і рр.; 2) зняття державних обмежень на використання мереж зв'язку (в тому числі великомасштабний перегляд законодавства в інформаційній сфері в 1985 р.); 3) пільгове державне оподаткування і кредитування; 4) активне державне стимулювання розробок у сфері інформатики.



Успішній та швидкій інформатизації економіки Японії суттєво допомогло створення в країні сприятливого соціально-психологічного клімату для повсюдного впровадження інформаційної техніки і технології. Так, у країні: було організовано широку мережу підготовки фахівців з інформаційної техніки і навчання населення роботі на ній; проводилися активна рекламна політика та опрацювання громадської думки; велика увага приділялася психологічним аспектам упровадження інформаційної техніки і технології тощо. Швидкій інформатизації економіки Японії сприяла також ефективна організація прогнозування економічного розвитку і науково-технічного прогресу (перші в світі державні програми створення «інформаційного суспільства» з'явилися саме в Японії вже наприкінці 60-х років).

Підмурком інформатизації економіки Японії став розвиток інформаційної інфраструктури. У найзагальнішому вигляді її поділяють на дві основні сфери: електрозв'язок, що включає сферу передавання інформації без зміни її змісту і форми (телефонний, телексий, факсимільний зв'язок тощо) і сферу передавання інформації з наданням додаткових послуг (комутація протоколів і пакетів інформації, електронна пошта тощо); інформаційне обслуговування (розроблення програмного забезпечення ЕОМ, оброблення інформації, послуги баз даних тощо).

Концепція інформаційної політики *США*<sup>110</sup> виходить із становища країни в міжнародному інформаційному просторі, рівня розвитку інформаційних технологій і впровадження нових форм управління інформаційними потоками. США є світовим центром у сфері інформаційних технологій, монополістом у виробництві інформаційних продуктів та інформаційних послуг. Наприкінці 1980-х рр. розпочалися процеси інтенсифікації в організації бізнесу, викликані, по-перше, можливостями ІКТ, по-друге, становленням Інтернету як засобу перетворення бізнесу в процес організації глобальних комунікацій без національних кордонів. Для збереження лідерства і регулювання інтенсифікації

---

<sup>110</sup> Макаренко С. А. Європейська інформаційна політика: монографія / С. А. Макаренко. – К.: Наша культура і наука, 2000. – 368 с.

бізнесу США 1993 р. прийняли державну програму «Національна інформаційна інфраструктура», яка спирається на можливості Інтернету.

Мета національної інформаційної політики США – впорядкувати інформаційні потоки в політичній, економічній, науковій і військовій галузях для збалансованості державного контролю і свободи підприємницької діяльності. Інформація розцінюється як один з основних національних ресурсів, а системи, що забезпечують її створення, оброблення й поширення, розглядаються як головний стратегічний фактор розвитку індустрії інформації та побудови інформаційної інфраструктури. Національна концепція передбачає необхідність розширити й удосконалити інформаційне середовище, посилити вплив на країни Латинської Америки, Центральної і Західної Європи, Азійсько-Тихоокеанського регіону. США запропонували доктрину «інформаційної парасольки» для міжнародного співробітництва з широким колом країн у різних регіонах світу, суть якої – превентивна комунікація на основі переміщення масивів інформації, що передається США державам-реципієнтам для забезпечення їхніх національних інтересів і, як наслідок, збереження лідерства Сполучених Штатів у політичній системі міжнародних відносин.

Інформаційна політика США визначається як комплекс державних нормативно-правових актів, покликаний заохочувати і регулювати створення, використання, збереження, передання і поширення інформації. Її пріоритетами є:

- підтримка наукових досліджень і розробок у сфері інформатизації і телекомунікацій, сприяння обміну технологіями між університетами та фірмами;

- створення й удосконалення інформаційної інфраструктури, у тому числі й глобальної;

- забезпечення збалансованості між основними інформаційними цінностями (конфіденційність інформації, інформація як суспільне надбання і благо, інформація як товар, інформація як невід’ємний елемент функціонування держави) і запровадженням нових інформаційних технологій;

- недоторканність особистого життя та захист персональних даних у різних галузях державного управління і приватного сектора;
- удосконалення державної політики у сфері інформатизації і телекомунікацій.

Основні принципи інформаційної політики надають громадянам США право на свободу інформації (зокрема у ЗМІ), публічні (відкриті) судові процеси, обвинувальну інформацію, інтелектуальну власність, ознайомлення з урядовою інформацією, охорону й безпеку інформації тощо. Доступ до матеріалів, що зберігаються в державних органах, визначений законами «Про свободу інформації» (1966 р.) і «Про охорону особистої таємниці» (1974 р.). Цими законами встановлено правило, за яким усі охочі отримати таку інформацію можуть офіційно зробити запит на неї. Відомості з будь-якого федерального відомства мають безперешкодно надаватися, якщо вони не входять до зазначених законом винятків.

Відповідно до закону 1974 р. усі громадяни США мають право ознайомитися з персональними даними, зібраними про них владою. Проте певні відомості не підлягають розголосу за законом 1966 р., який забороняє доступ стороннім особам «до суто особистих, медичних і подібних досьє, оскільки це було б явно невиправданим втручанням у приватне життя людини». Дія цих законів не поширюється на правоохоронні органи. Варто зауважити й таке: європейське право охороняє інформацію відповідно до положень про авторське право, а право США – відповідно до положень, що визначають інтереси споживача інформації. За американською доктриною право виконує роль буфера між інтересами держави і фізичної особи.

1976 р. Конгрес США прийняв Закон «Про висвітлення діяльності уряду», який розширив права громадян на одержання інформації про діяльність адміністративних органів і передбачив, що всі засідання колегіальних органів адміністративних агентств, до складу яких входять призначені Президентом особи, стосовно яких приймають конкретні рішення, мають бути відкритими. Обмеження встановлені лише для інформації щодо: питань національної

безпеки і зовнішньополітичних аспектів діяльності уряду, а також містить таємні відомості про торгівлю та бізнес; внутрішньої діяльності адміністративних органів; відомостей, отриманих під час проведення розслідувань; питань, які відповідно до спеціальних нормативних актів не можуть бути розголошеними. Рішення про те, яка інформація має бути закритою, приймають більшістю голосів членів відповідного компетентного органу. Законодавством передбачена можливість оскарження рішення стосовно тлумачення інформації.

Сполучені Штати Америки були і є в авангарді всіх модернізацій та революцій світового рівня, і, шлях від ідей становлення електронного уряду до його трансформації до рівня 2.0 (за відомою аналогією web 2.0) держава пройшла швидко й успішно. Американська концепція е-уряду залишається послідовною протягом останніх років, з її основними принципами реформування уряду, намаганням зробити його громадян у центрі, орієнтованого на конкретні результати і ринок.

Початок електронного уряду в США було покладено створенням веб-сайту Президента США в 1993 р., основною метою якого було інформування населення країни про діяльність адміністрації Президента через Інтернет. Нормативно-правовою базою забезпечення діяльності е-урядування в США є такі закони: Закон про усунення паперових носіїв документів в державних органах; Закон про електронний підпис; Закон про свободу інформації; Закон про впровадження в державних органах інтелектуальних карт для ідентифікації службовців, оплати витрат на відрядження, нарахування заробітної плати та ін.; Закон про е-уряд 2002 р.; Закон про результати і ефективність уряду 1993 р.

Доступність федерального керівництва і Президента США для населення країни забезпечена системою Comlink, розробленою в Массачусетському технологічному інституті. Система має досконалі служби та засоби публікації урядових документів і відкрита для доступу користувачам Інтернету. Надані канцелярією Білого дому матеріали брифінгів, промови, звіти, проекти законів і т. д. розміщуються на сервері розповсюдження електронної інформації системи

Comlink і, за оцінками фахівців, більше мільйона користувачів щодня отримують їхні документи. Інша система – Open Meeting – була реалізована в рамках ініціативи National Performance Review. Вона дає змогу подавати пропозиції та отримувати відгуки на них в інтерактивному режимі за допомогою електронної пошти. Однією з головних цілей створення системи було спрощення проведення опитувань та отримання коментарів з безлічі різноманітних джерел. Система передбачала виключно вільний обмін думками, без дебатів і винесення остаточних рішень.

Інформаційна політика уряду *Канади* спрямована на перехід до інформаційного суспільства, побудову нової (інформаційної) економіки, збереження мультикультурності канадійських націй на основі цифрового середовища й Інтернету. Реалізація інформаційної політики здійснюється через спеціалізовані європейські інституції (Консультативну раду інформаційної супермагістралі, засновану у 1994 р.) та національні програми інформаційного розвитку.

Діяльність Консультативної Ради інформаційної супермагістралі полягає в розробці пропозицій та рекомендацій для прийняття політичних рішень за такими напрямками: побудова і функціонування сучасної інфоінфраструктури; співробітництво держави і приватного сектору; охорона приватного життя і безпека мереж; заохочення конкуренції та збільшення канадійського змісту в інформаційних продуктах та послугах; підтримка канадських ЗМК; впровадження прогресивної концепції «Освіта упродовж життя». Роль держави визначається національними та суспільними інтересами, збалансованим регулюванням конкуренції, дотриманням основних принципів свободи слова, прозорістю урядової політики та демократичних інститутів країни, підтримкою наукових досліджень та створенням інтелектуального потенціалу Канади. Політичної гостроти набула в умовах становлення інформаційного суспільства проблема франкофонності території Квебек, прагнення регіональної влади протистояти англомовній експансії в інформаційній магістралі, забезпечити франкомовний зміст інформаційних продуктів та послуг, що впливає на

економіку та соціальну зайнятість, конкурентоспроможність і національне господарство, обумовлює нові напрями інформаційної політики в галузі багатокультурності та оцифрування канадської культурної спадщини.

Національні програми інформаційного розвитку визначають пріоритети політики уряду в інформаційній сфері – зростання національного багатства країни за рахунок створення конкурентного середовища в інформаційній магістралі, відповідної регулятивної бази та вільного доступу на основі законодавчих положень до універсальних інформаційних послуг. Впровадження нових технологій у сферу банківських послуг та туризму, політику маркетингу і прогресивні наукові дослідження, культурну сферу, підтримка національних ЗМК обумовили переваги Канади в сфері індустрії та відеопродукції на власному ринку, допомогли захистити свої позиції на ринку інформаційних послуг США.

Інформаційна політика Канади спрямована на забезпечення лідерства держави у запровадженні і використанні комунікаційних систем та електронної інформації, створення е-уряду Канади, що забезпечує прозорість владних структур та доступ громадськості до урядових департаментів електронними засобами. Національна програма е-уряду включає такі стратегічні елементи, як побудова інформаційних супермагістралей, орієнтованих на суспільні інтереси і попит ринку; вибір (створення) відповідального уряду, який виступає каталізатором розвитку інформаційного суспільства та нових технологій; трансформація національної економіки, стимулювання і заохочення транснаціональних проектів у фінансуванні інформаційної магістралі; збалансований прогрес між ринком і соціальною сферою суспільства.

Мета інформаційної стратегії *Сполученого Королівства*<sup>111</sup> – вдосконалення умов конкуренції на інформаційному ринку, зростання ефективності інформаційних послуг і впровадження інформаційних технологій в державне управління. Основні завдання політики британського уряду у сфері нових

---

<sup>111</sup> Макаренко С. А. Європейська інформаційна політика: монографія / С. А. Макаренко. – К.: Наша культура і наука, 2000. – 368 с.

інформаційних і комунікаційних технологій полягали в реалізації проекту Super Janet – побудови британської інформаційної супермагістралі; створення умов для інформаційного бізнесу і підприємництва; розвиток інформаційних супермагістралей шляхом безпосереднього їх використання.

У 1997 р. у Сполученому Королівстві було сформульовано основні правові принципи інформаційної політики: технологічна нейтральність законів, сприяння міжнародному співробітництву, підтримка і захист інтересів споживача в комп'ютерних мережах і системах. Важливим компонентом діяльності Великої Британії в галузі комунікації є методології поширення британських інформаційних продуктів у колишніх колоніях та азійських країнах (Індії, Китаї, в яких позиції країни традиційно стабільні і де Королівство забезпечило собі інформаційну експансію), оборот коштів і, відповідно, розвиток національної інформаційної сфери.

Інформаційна політика Сполученого Королівства визначила основними напрямками діяльності: забезпечення конфіденційності інформації в автоматизованих мережах засобами нових технологій та відповідного правового регулювання; інвестування інформаційної галузі для глобальної модернізації суспільства; впровадження систем дистанційної освіти та створення дослідницьких установ для забезпечення формування інформаційного суспільства у ХХІ ст.

У лютому 1998 р. департамент новітніх технологій при прем'єр-міністрові Сполученого Королівства опублікував документ «Електронний уряд: інформаційні технології та громадяни», що вказує на можливості вдосконалення урядом надання публічних послуг, посилення транспарентності уряду та покращення демократії на усіх рівнях. У 1999 р. опубліковано Білу книгу з модернізації уряду, а також План дій модернізації уряду, де наголошено на тому, що користувач, а не провайдер, є центром публічних послуг і саме на його потреби має орієнтуватися уряд.

У 2000 р. для забезпечення населення інформацією про діяльність органів влади була прийнята програма «Великобританія он-лайн» (UK online), що

визначила структуру і склад послуг, які необхідно реалізувати для пересічних споживачів і неурядових організацій, передбачивши не лише розширення спектру наданих послуг, але й забезпечення повного охоплення громадян і населення урядовими послугами та радикальне поліпшення використання інформації. Важливо і те, що зміст он-лайнного суспільного сервісу мав бути добре продуманий і орієнтований на всі категорії користувачів, включаючи представників мовних меншин, людей працездатного віку і людей, обмежених у пересуванні.

У грудні 2000 р. запущено The UK online Citizen Portal для цілодобового надання послуг. Портал став єдиним місцем, де уся громадськість може отримати доступ до урядової інформації та послуг, скоротивши у такій спосіб обтяжливу бюрократичну процедуру. Об'єднавши більше 1000 офіційних сайтів, портал став ключовим елементом ініціативи «Великобританія он-лайн». Портал спробували зробити адресатоорієнтованим, наприклад у «Життєвих епізодах» пропонується інформація для розв'язання щоденних потреб громадян (ціни на нерухомість, місцеві школи, транспорт, адреси тощо). У «Громадянському просторі» йдеться про поточні урядові питання, які впливають на вироблення політик, і громадськість запрошують долучитися до обговорення. Окрім цього існує можливість персоналізувати портал: читати інформацію уельською чи отримати спеціалізовану інформацію про послуги в Шотландії.

У Великобританії визнають особливо потужний вплив телебачення на громадян, тому введено низку заходів, які обмежують можливості домінування особистої чи колективної точок зору в медіа. Зокрема, забороняється політична реклама, упереджене висвітлення, накладаються обмеження на трансляції протягом виборів. Королівська Хартія BBC та її угоди з урядом від 2007 р. зобов'язують компанію надавати збалансовані послуги з широкого кола питань, які задовольняють смаки й потреби усієї аудиторії. Новими цілями визначено: посилення розуміння ролі громадянського суспільства, стимулювання навчального інтересу, збагачення й посилення культурної активності громадян,



представлення націй, регіонів та спільнот, ознайомлення з міжнародними питаннями та точками зору громадян інших країн, розбудова цифрової Великобританії.

У липні 2009 р. Сполучене Королівство розпочало стратегію «Цифрова Британія» для гарантування провідних позицій держави у світовій цифровій економіці. Стратегія зосереджується на створенні мереж, якісного контенту, просування цифрових громадських послуг та визнає важливість комунікацій та технологій як рушійних сил зростання продуктивності праці. Уряд виділив 300 млн. фунтів на безкоштовні ноутбуки та безкоштовний широкосмуговий Інтернет упродовж року для дітей з малозабезпечених сімей.

Популярним є створення контенту самими користувачами: завантаження фото, коротких відеороликів, ведення блогів та створення сайтів. Що стосується політичної участі, то у 2010 р. 22 % усіх користувачів підписували е-петиції, 7 % – зв'язувалися з членом Парламенту чи головою місцевої ради.

Право на свободу інформації, яке зафіксоване у ст. 10 Європейській Конвенції прав людини (Британія підписала у 1951 р.), захищається Актом про права людини 1998 р. Акт про свободу інформації 2000 р. містить положення про доступ до інформації, яка утримується публічною владою Англії, Уельсу та Північної Ірландії. Окремо прийнято Акт про свободу інформації у Шотландії у 2002 р. з такими ж положеннями. Комісар з інформації слідкує, щоб інформація владних органів була доступна громадянам<sup>112</sup>.

Інформаційна політика Федерального уряду *Німеччини*<sup>113</sup> включає концепцію вільного транскордонного обміну інформацією, вільного вираження поглядів, розвитку комунікаційних та інформаційних мереж і систем, вільної конкуренції в інформаційній сфері, створення відповідно до нових політичних, економічних та інформаційних змін у німецькому суспільстві норм і принципів правового регулювання інформаційної діяльності.

---

<sup>112</sup> Карпчук Н. П. Засади комунікаційної політики: досвід країн-членів Європейського Союзу: монографія / Н. П. Карпчук. – Луцьк : Вежа-Друк, 2015. – С. 272-279.

<sup>113</sup> Макаренко Є. А. Європейська інформаційна політика: монографія / Є. А. Макаренко. – К.: Наша культура і наука, 2000. – 368 с.

Основні положення концепції інформаційної політики ФРН відповідають європейським стандартам і загальним правовим підходам, що визначають особливу політичну роль засобів комунікації в суспільстві з огляду їх впливу на формування громадської думки і суспільної свідомості, враховуючи при цьому національні інтереси і доктрину розвитку «оновленої» Німеччини.

Федеральний уряд Німеччини, зважаючи на політичну роль інформаційних процесів і технологій, визначив такі пріоритетні напрями: 1) забезпечення доступу до інформаційних систем широкої громадськості, нагромадження наукових знань з інформаційних процесів, проведення політичних дискусій щодо актуальних проблем інформаційного розвитку суспільства; 2) розвиток інформаційного ринку та інформаційного бізнесу; лібералізація інформаційної діяльності підприємств приватного сектору; гарантії вільного обігу інформації (транскордонна політика та посилення міжнародних позицій Німеччини у сфері інформаційних обмінів); забезпечення доступу до міжнародних систем і мереж німецьких підприємств, зорієнтованих на застосування нових технологій; створення інформаційного та комерційного середовищ для приватного бізнесу; створення телекомунікаційних мереж за окремими напрямами життєдіяльності суспільства; 3) контроль з боку відповідних міністерств фінансування державних установ та приватних підприємств, інформаційних центрів та служб за новими напрямами діяльності; 4) медіа-концентрація, впровадження сучасних технологій в організацію федерального та місцевого управління, розвиток інформаційного бізнесу тощо.

Особливістю ФРН є Федеральний закон про телекомунікації (1991 р.), який надає право земельного ліцензування інформаційної діяльності, стимулює розвиток нових інформаційних послуг (відеозамовлень, відеотексту, платних послуг та програмних продуктів на замовлення користувачів), зобов'язує законодавчо обмежувати поширення інформації (зокрема в Інтернеті) забороненого змісту; поєднання демократичних європейських традицій (право вільного обігу інформації, свободи слова і ЗМК, право захисту інформації державного, конфіденційного, комерційного характеру і персональної

інформації приватного характеру, право загальнолюдських цінностей і право користувачів у комп'ютерних мережах і системах) та жорсткі обмеження щодо інформації, забороненої міжнародними нормами.

Закон ФРН про Інтернет (1997 р.) визначив відповідальність за поширення недозволених матеріалів (насилля, агресії, порнографії, злочинності, образи людської гідності), сформулював правила конфіденційності персональних даних, електронного підпису та відповідальності провайдерів за зміст інформаційних продуктів, що поширюються через їхні мережі.

На федеральному рівні реалізовано такі важливі проекти у сфері е-урядування:

- у березні 2010 р. Парламент Німеччини створив Комісію з питань Інтернету та цифрового суспільства, щоб визначити дії держави у напрямі демократичного розвитку в умовах диджиталізації. Темати обговорень були культура і медіа, економіка і довкілля, освіта і дослідження, захист прав споживачів, право і внутрішні справи, суспільство і демократія. Вперше громадяни отримали можливість прямо впливати на роботу Парламенту. Користувачі мали змогу коментувати пропозиції, визначати їх рейтинг і спільно працювати над текстом;

- у 2010 р. Канцлер Німеччини А. Меркель розпочала діалог про майбутнє Німеччини, бажаючи отримати відповіді громадян на такі питання: Як німці хочуть жити у майбутньому? Як вони хочуть працювати? Як вони хочуть навчатися? «Діалог про майбутнє» (Zukunftsdialog) започаткований для генерування ідей і політик, щоб подолати виклики нових тенденцій та неочікуваного розвитку.

З жовтня 2011 р. на YouTube веде мовлення канал федерального уряду, що транслює відео з актуальних політичних питань. До регулярних відео належать: «Тиждень канцлера», що містить огляд найбільш важливих заходів; «Podcast» – програма, в якій канцлер розповідає про своє ставлення та очікування від найближчих подій; «3 питання, 3 відповіді», в якій міністри відповідають на поставлені запитання. За допомогою Twitter громадяни можуть спілкуватися

безпосередньо з прес-секретарем уряду. На сьогодні цей акаунт має понад 100000 «фолловерів». Фотографії, що з'являються під час офіційних заходів та інших важливих подій за участю Канцлера, розміщуються на Flickr.

Проект «Live + Gov» має на меті посилити діалог, орієнтований на громадян, за допомогою мобільних технологій – смартфонів. Громадян закликають повідомляти та обговорювати проблеми з обраними службовцями через мобільні пристрої. Це посилює прозорість діяльності владних органів, підвищує довіру до обранців, робить процес прийняття рішень вагомим та відповідальнішим. Участь громадян орієнтована на пересічних німців місцевого рівня. Однак у Німеччині визнають, що широке використання ІКТ може розширити цифровий розподіл, особливо це стосується іммігрантів та неосвічених сегментів суспільства.

У Німеччині присутнє широке покриття відносно швидкого Інтернету, проте є потреба покращити е-бізнес та е-урядування. Зокрема, бізнес мало користується послугами е-урядування. Проте Німеччина серед лідерів у продажах та замовлення товарів і послуг через Інтернет. Для стимулювання інвестицій в ІКТ та для модернізації управління прийнято Програму iD2010 та Стратегію високих технологій, ключовими сферами яких є безпека ІТ, зелені ІТ, організація та інновація ІТ.

Інформаційна політика ФРН зорієнтована також на сприяння розвитку засобів комунікації та національних мереж і систем у країнах Центральної і Східної Європи, країнах, що розвиваються. Інформаційна політика Федерального уряду спрямована на реформування державного управління в цих країнах, їх участь у транскордонному вільному обміні інформацією, пропаганду ідеалів європейського демократизму, створення відповідної правової бази, технічного оснащення інформаційного сектору та підготовку кваліфікованих спеціалістів у Німеччині для національних та приватних корпорацій, установ, фондів, спілок.

У рамках Угоди про діяльність радіостанції «Німецька хвиля» зацікавленим країнам надаються супутникові послуги для поширення

німецьких програм і самобутніх національних програм через засоби комунікації ФРН. Федеральний уряд також надає фінансову підтримку та інформаційні продукти для виготовлення, ліцензування та поширення таких програм в інших регіонах світу. Основні напрями сприяння ФРН країнам «нової демократії»: політичні консультації з питань організації демократичних структур засобів комунікації і відповідних організаційних рамок умов; поставки обладнання і спорудження технічних установок засобів масової комунікації, радіорелейних мереж, електронних станцій, телестудій, поліграфії, комп'ютерних центрів та локальних мереж; надання експертної допомоги для створення програм, проектів і стратегії інформаційної політики; професійна підготовка і підвищення кваліфікації місцевого персоналу як у розвинутих країнах, так і в Німеччині<sup>114</sup>.

В *Австрії* сектор ІКТ є одним з найбільш динамічних; ІКТ використовуються у домогосподарствах, бізнесі, управлінні, охороні здоров'я, освіті та транспорті. Ця довготривала ініціатива підтримується програмою *Internetoffensive Austria*. Австрійський уряд вирішив заснувати центр компетенції для Інтернет промисловості як загальну платформу підтримки політики у сфері ІКТ. Австрійський е-уряд є одним з найбільш інтерактивних у Європі.

У 2010 р. Австрійська агенція з розвитку представила для громадського обговорення Стратегію розвитку, комунікації та освіти в Австрії, де зазначено, що громадськість повинна бути добре поінформованою, спроможною аналізувати глобальний розвиток, формувати власні судження про діяльність політичних акторів.

Перші спроби розвивати е-уряд були зроблені в Австрії ще у 1998 р., коли за ініціативи експертів було створено Раду інформаційно-комунікаційних технологій, яка відповідає за розробку правових та технічних вимог е-уряду. Усі ідеї Ради узгоджувалися з провінціями та муніципалітетами. У 2003 р.

---

<sup>114</sup> Карпчук Н. П. Засади комунікаційної політики: досвід країн-членів Європейського Союзу: монографія / Н. П. Карпчук. – Луцьк : Вежа-Друк, 2015. – С. 260-263.

розпочато ініціативу «Наступ е-уряду 2003», мета якої – зробити Австрію одним з європейських лідерів з е-уряду. Завдяки докладеним зусиллям надалі багато з е-послуг стали взірцем для усього ЄС: правова інформаційна система, платформа FinanzOnline, земельний реєстр у Департаменті правосуддя і особливо платформа HELP.gv.at platform, яка у 2003 р. отримала нагороду е-Європа у номінації е-уряд. Платформа надає інформацію про можливості взаємодії з органами влади у типових життєвих ситуаціях (народження дитини, шлюб, житло, проблеми з паспортом тощо). Основний акцент зроблено на транспарентності, зрозумілому форматі, ясності інформації та фокусування на суттєвих фактах.

Правовою основою е-послуг є Акт е-уряду, прийнятий у 2004 р., вдосконалений у 2008 р., який був першим документом у країнах-членах ЄС, який регулював сферу е-послуг. У 2005 р. запущено Федеральну платформу «Цифрова Австрія», яка стала центром координації та стратегічної діяльності Федерального уряду, пріоритетом якого є розробка та впровадження електронних публічних послуг. В урядовому плані особливо наголошується, що усі громадяни усіх спільнот повинні мати доступ до усіх форм е-уряду на федеральному, локальному рівнях і рівні провінцій; безпечна комунікація і взаємодія, конфіденційність особистих даних є пріоритетом. Федеральний уряд наголошує на тому, що е-уряд, як основа е-демократії, сприяє транспарентності комунікації між громадянами, бізнесом та урядом; відкриває нові можливості для подачі інформації та доступу до неї; надає громадянам можливість взаємодіяти та бути почутими органами влади. У 2010 р. Австрія посіла перше місце в ЄС з е-уряду<sup>115</sup>.

Інформаційна політика *Франції*<sup>116</sup> є складовою державної стратегії розвитку країни, стратегії франкофонії і збереження національної самобутності та ідентичності, компонентом зовнішньої політики, участі Франції в

---

<sup>115</sup> Карпчук Н. П. Засади комунікаційної політики: досвід країн-членів Європейського Союзу: монографія / Н. П. Карпчук. – Луцьк : Вежа-Друк, 2015. – С. 272-279.

<sup>116</sup> Макаренко Є. А. Європейська інформаційна політика: монографія / Є. А. Макаренко. – К.: Наша культура і наука, 2000. – 368 с.

інформаційних програмах і проектах міжурядових європейських організацій, створення інформаційної економіки та поширення комп'ютерних мереж і систем, інформаційних послуг.

Мета національної інформаційної політики Франції – становлення інформаційного суспільства, розвиток інформаційних супермагістралей (із забезпеченням франкомовності мереж), електронного ринку і банківської сфери, лібералізація комунікацій, оновлення інформаційного законодавства, стимулювання наукових досліджень у галузі інформаційного бізнесу, створення систем безпеки інформації і попередження комп'ютерних злочинів.

Уряд Франції у 1998 р. відповідно до плану «Електронна Європа – 2002» прийняв Програму дій для підготовки вступу Франції в інформаційне суспільство (PAGSI). Зокрема у документі йдеться: якщо людина відчуває потребу у будь-якій інформації, то вона має право на отримання кваліфікованої інформації; тому людина з цікавим для неї питанням повинна мати можливість звернутися до урядовця-спеціаліста. Для реалізації цієї мети всі відомості з найбільш важливих питань повинні бути розміщені в Інтернеті. У 1998 р. всі міністри Франції розробили проекти сайтів, що містять інформацію про свою діяльність та послуги, що надаються, а в даний час в країні кожна людина може отримати безкоштовний доступ до цієї інформації. Велика увага також приділялася встановленню контакту між населенням і урядом за допомогою електронної пошти.

Програма інформаційного суспільства (1998 р.) визначила пріоритетні напрями співробітництва в межах компетенції міністерства зовнішньої політики Франції. Зокрема, у преамбулі зазначається, що нові ІКТ здійснюють глибокі зміни у суспільстві, у політичному, економічному, культурному співробітництві держав і мають глобальні наслідки. Формування нових технологій потребує цілісної системи підходів до зовнішньополітичних, правових, науково-дослідницьких та прикладних аспектів глобальної комунікації і спричинює необхідність проведення міжнародних консультацій з проблем універсалізації комунікаційних мереж, охорони інформаційної

інтелектуальної власності, електронної торгівлі, електронних платежів, охорони приватного життя, вільного обігу інформації тощо. У першому розділі зазначені завдання і функції МЗС Франції з інформаційного співробітництва в рамках міжнародних організацій (зокрема, СОТ, ОЄСР, Ради Європи, Європейського Союзу, Міжнародного Телекомунікаційного Союзу).

У другому розділі розглядаються напрями двостороннього співробітництва Франції з іншими країнами, узгодження позицій з інформаційних проблем у рамках візитів, переговорів, зустрічей на високому рівні. Пріоритетними стратегіями визнано: культурну і мовну різноманітність (Франція підтримує політику збалансованого використання мов у Інтернеті та європейських комунікаційних мережах й системах, втілюючи принципи франкофонії, яка захищається компетентними документами, принципами зовнішніх відносин із франкомовними країнами); координацію міжнародного співробітництва у боротьбі проти нових форм злочинності в інформаційній сфері, підвищення ефективності процедури взаємодопомоги в правоохоронній та судовій сферах; створення нових міжнародних договорів та угод про комп'ютерні злочини; вдосконалення систем електронних платежів (особливо електронного підпису), охорони прав споживачів, інтелектуальної власності та приватного життя, розробку регуляторних механізмів для країн європейського ринку.

У третьому розділі визначені роль і методи діяльності зовнішньополітичного відомства щодо захисту національних інтересів і реалізації національної інформаційної політики в дво- і багатосторонніх відносинах. На МЗС Франції покладено завдання: а) забезпечувати підтримку позиції держави на міжнародних форумах, під час візитів, переговорів, неофіційних зустрічей; б) координувати ініціативи урядових органів, корпорацій, приватних власників щодо співробітництва з ООН/ ЮНЕСКО, Європейським Союзом, СОТ та іншими організаціями щодо розвитку підприємств інформатики, аудіовізуального та телекомунікаційного секторів, наукових досліджень у галузі комунікації; в) підтримувати вітчизняних виробників шляхом поширення через дипломатичні, консульські установи та



інформаційно-культурні центри повідомлень про урядову програму з інформаційного суспільства, електронну торгівлю, інформаційні наукові розробки, щоб на політичному рівні проінформувати про урядові плани щодо становлення інформаційного суспільства.

Інформаційне суспільство Франції розбудовується нерівномірно: широке покриття ширококутовим Інтернетом та високий рівень е-уряду, та недостатній рівень цифрових навичок й використання ІКТ у бізнесі. Для стимулювання економіки у 2009 р. уряд Франції вирішив прискорити втілення Національного плану «France numérique 2012», який розпочато в 2008 р., щоб подолати цифровий розподіл. Найпопулярнішою діяльністю є інтернет-банкінг та пошук інформації про товари та послуги.

У лютому 2013 р. уряд Франції представив Дорожню карту для цифрової економіки, де одним із наріжних каменів є просування французьких цінностей у суспільстві. Зокрема, наголошується на заохоченні використовувати цифрові засоби, щоб уникнути виключення; формувати довіру громадян до дій уряду; модернізувати публічну політику через використання нових технологій.

Стратегії інформаційної політики Франції стосуються також країн пріоритетного співробітництва, зокрема франкомовних країн Африки, Азії, Латинської Америки. У контексті глобалізації комунікації і просування національних інтересів у «треті країни» уряд Франції започаткував створення (1998 р.) інвестиційного фонду допомоги і співробітництва для підтримки споживання нових французьких технологій в африканському регіоні, економічних і культурних відносин, зокрема запровадження нових технологій і франкомовних серверів для освітніх програм в Інтернеті, підтримки університетських курсів з інформації та культури французькою мовою, створення франко-африканських наукових дослідницьких центрів з проблем інформації і комунікації, поширення французьких програмних продуктів для користувачів персональних комп'ютерів.

Вплив концепції становлення інформаційного суспільства під егідою ЄС помітний у програмах Федерального уряду *Бельгії* «Принципи процвітання

активного суспільства» (1995 р.), «Федеральна ініціатива щодо становлення інформаційного суспільства» (1994 р.), «План дій щодо провідної ролі Бельгії в інформаційному суспільстві» (1998 р.), у створенні умов для розвитку нової (інформаційної) економіки, у нових компонентах зовнішньої політики, зміні законодавства, процесах конвергенції і лібералізації комунікацій, трансформації муніципального управління. «Федеральна ініціатива щодо становлення інформаційного суспільства» спрямована на підвищення соціальної активності бельгійського суспільства, реалізацію творчих можливостей кожного індивіда, розвиток інновацій та інтелектуального потенціалу країни. Проведення збалансованого курсу зовнішньої політики у відносинах з провідними європейськими державами (ФРН, Францією, Великою Британією) та США обумовлює нові (інформаційні) фактори прогресу країни, зацікавленість у прискореній інтеграції економічних систем країн ЄС на основі комунікаційних та інформаційних технологій.

«План дій щодо провідної ролі Бельгії в інформаційному суспільстві» включає такі напрями: 1) створення системи е-уряду; 2) забезпечення гарантій широкого доступу до сучасних інформаційних мереж і недопущення дискримінації за інформаційною ознакою; 3) побудову національної інфраструктури телекомунікацій (Бельгійської інформаційної супермагістралі); 4) заохочення досліджень та інновацій для інформаційної економіки; 5) розробка гнучких принципів регулювання інформаційної сфери.

Реалізація проекту «електронний уряд» обумовлює реформування політики державного та муніципального управління і оперативного прийняття спільних керівних рішень регіонів, об'єднань, провінцій та муніципалітетів на основі цифрової платформи (порталу), доступ до якої здійснюється через різні канали комунікацій. Інтегрований підхід до системи е-уряду вирішує проблему прозорості владних структур, відносин між різними адміністративними суб'єктами країни, забезпечує широкий доступ громадськості до процесу прийняття політичних рішень, створює ефективний механізм суспільного

контролю за економічними витратами уряду, впливає на федеральну систему (структуру) поточного інформування.

Політика прозорості влади та гарантованого доступу до універсальних інформаційних послуг спрямована на підвищення цифрової освіченості суспільства і використання різних каналів зв'язку (комп'ютерного, телефонного, мобільного, кабельного, засобів суспільного доступу), особливо для обмежених за віковим статусом, неієздатних та низько-кваліфікованих прошарків населення.

Директиви ЄС щодо реалізації стратегії інформаційного суспільства сформували концепцію інформаційної політики *Королівства Нідерланди*<sup>117</sup>. Програма уряду «Біла книга модернізованого уряду інформаційної доби» (1996-2005 рр.) передбачає провідну роль держави в радикальній трансформації голландського суспільства. Основні напрями реалізації інформаційної політики стосуються: інвестування досліджень та виробництва продуктів в інформаційній сфері; розвитку електронної комерції і лідерства країни в глобальній комунікації; створення електронного уряду і ефективної системи державного та муніципального управління; здійснення спеціальних програм захисту населення від безробіття; запровадження новацій у загальну інфраструктуру; запровадження нових інформаційних технологій в освітню та культурну сфери. План дій передбачає втілення принципів е-уряду для регулювання державного, приватного та громадського секторів, забезпечення доступу до інформаційних послуг на основі багатоканальних комунікацій, створення інформаційного порталу уряду в Інтернеті, проведення всеосяжних заходів з метою пропагування «нового мислення суспільства, нових шляхів ведення бізнесу, нового управління альянсами, нового законодавства та нових технологій».

Нідерланди заохочують використання ІКТ в освіті (станом на 2010 р. на шість учнів припадає один комп'ютер). Розвинені послуги е-урядування

---

<sup>117</sup> Карпчук Н. П. Засади комунікаційної політики: досвід країн-членів Європейського Союзу: монографія / Н. П. Карпчук. – Луцьк : Вежа-Друк, 2015. – С. 266-272.

посилуються Національною програмою впровадження кращих послуг та е-уряду (грудень 2008 р.), за якою укладаються угоди між національним урядом, провінціями та муніципалітетами для цільового використання усього потенціалу інфраструктури е-урядування для надання кращих послуг суспільству.

Уряд Нідерландів прагне стати партнером у реалізації ініціатив громадянського суспільства. Тут переконані, що люди беруть участь у суспільстві, коли відчують, що є його частиною і беруть відповідальність за своє довкілля, незалежно від свого походження. Люди також беруть активну участь у суспільстві, якщо їх запрошують та заохочують. Це – завдання уряду. Публічну підзвітність та цілісність уряду забезпечують перевірки парламенту, відповідальність міністрів, аудиторська діяльність, омбудсмен, Акт про свободу інформації, клятва державних службовців тощо.

У листопаді 2003 р. Нідерланди стали однією з перших країн, де усі місцеві органи влади були представлені в Інтернеті. Цього ж року на місцевому рівні розпочато проект «е-комуни». У липні 2006 р. уряд поставив мету – до 2010 р. зробити всі офіційні сайти доступними для усіх, особливо для громадян з обмеженими фізичними властивостями. 2012 р. Голландський дорадчий комітет з публічного адміністрування представив доповідь про участь «Давайте рухатися на довірі» (Letting go based on trust), де зазначає, що багато публічних послуг починалися як приватні ініціативи, які еволюціонували до сфери урядової політики. Уряд усвідомлює, що залежить від знань та досвіду в суспільстві, тому заохочує участь громадян у формулюванні, втіленні чи оцінці політик.

У Нідерландах переконані, що те, що необхідне, визріває у суспільстві; є багато громадян, які мають ідеї та бажання їх реалізовувати на безоплатній основі. Далі – публічні адміністрації повинні визначитися, чи можуть вони надати підтримку. Інструментами участі публічної адміністрації є співпраця з метою залучення якомога більше людей на місцевому рівні; співпраця, коли треба делегувати повноваження громадянам; співпраця з розробки та

впровадження інновацій. Місцеві органи влади наголошують, що прагнуть поєднати децентралізацію з більшою участю громадян.

Історія такої взаємодії розпочалася ще у січні 1994 р., коли в м. Амстердам почало діяти цифрове місто спершу як 10-тижневий експеримент для встановлення електронного діалогу між міською радою та громадянами та як соціальний експеримент в інтерактивній комунікації. Модель міста матеріалізувалася у структуру сайту: була створена муніципальна дошка оголошень, щоб громадяни могли знати про всі відповідні муніципальні документи та дискусії в міській раді та висловлювати свою думку. Амстердам став першою місцевою адміністрацією, яка погодилася з'єднати свої внутрішні мережі з Інтернетом, намагаючись забезпечити контрольовану прозорість. Амстердамське цифрове місто стало європейським піонером мереж громадян та найбільшою комп'ютерною мережею в Європі, яка базувалася на громадянах.

Інформаційна політика *Люксембургу*, де розташовані резиденції Європейського інвестиційного банку, Міжнародний фінансовий центр, організації та установи західноєвропейських країн, полягає у впровадженні рішень та програм ЄС, в активному інвестуванні інформаційного сектору, у стимулюванні наукових досліджень у галузі нових технологій, розвитку електронної комерції та програм широкого доступу до інформаційних послуг за допомогою Інтернету.

Скандинавські країни в рамках європейської інтеграції і концентрації комунікації прийняли урядові програми інформаційного суспільства і визначили концепції національної інформаційної політики. Попри національну специфіку, політичні пріоритети, економічні можливості і громадську думку щодо інформаційних процесів, скандинавські країни мають спільні цілі і напрями здійснення інформаційної політики. Зокрема, це:

- 1) впровадження нових технологій у систему державного управління і ефективного здійснення політичної влади (забезпечення доступу широкої громадськості до урядової інформації, розвиток мережі «інфоцентрів» для

задоволення потреб населення, створення державних мереж управління по вертикалі і горизонталі влади);

2) розвиток інформаційної економіки; підтримка інформаційного бізнесу, національних виробників інфопродукції, створення інформаційно-довідкових корпорацій з тематичними базами даних про інформаційні ТНК, компанії, фірми; залучення інвестицій в національні інформаційні проекти;

3) забезпечення соціальної сфери комп'ютерними технологіями; організація електронних бібліотек, доступ до інформації в мережах і системах для соціально незахищених верств населення (молоді, інвалідів, малозабезпечених); створення громадського телерадіомовлення.

Сучасні комунікаційні технології забезпечують набагато потужнішу взаємодію між урядом та громадянами; надають можливість створити кращий громадський контроль політичної діяльності, формують краще поінформований електорат та забезпечують підзвітність урядовців. У 1999 р. уряд *Швеції*<sup>118</sup> проголосив про свою ціль побудувати справжнє інформаційне суспільство доступне для усіх протягом 24 годин. У 2010 р. було запропоновано політику «Як можна простіше для якомога більшої кількості – від стратегії до дій для е-адміністрації».

Уряд Швеції визнає брак діалогу між тими, хто приймає рішення та громадянами (та особами без громадянства), результатом чого стає погане керівництво, корупція, відчуження громадян, дискримінація вразливих груп (людей, які живуть у бідності, сільських жителів, меншин). При поганій чи відсутній взаємодії урядовці неспроможні зрозуміти очікування своїх громадян та не впроваджують ініціативи для задоволення цих очікувань.

У Швеції переконані, що швидкий розвиток ІКТ, постійне зростання користувачів мобільних телефонів, збільшення користування смартфонами та Інтернетом відкриває можливості інноваційним ідеям, які дають змогу громадянам викривати хабарництво, заповнювати прогалини у наданні послуг

---

<sup>118</sup> Карпчук Н. П. Засади комунікаційної політики: досвід країн-членів Європейського Союзу: монографія / Н. П. Карпчук. – Луцьк : Вежа-Друк, 2015. – С. 281-288.

та надихати уряди розробляти нові шляхи боротьби з корупцією та звітуватися перед своїми громадянами ефективно, активно та швидко. Уряд Швеції вважає основою сталого та повністю інклюзивного інформаційного суспільства публічну впевненість в ІКТ та координацію політики. Для закріплення позицій провідної держави у сфері ІКТ у 2009 р. було прийнято Стратегію, мета якої до 2020 р. забезпечити 90% усіх домогосподарств та бізнесу доступом до широкосмугового Інтернету з мінімальною швидкістю 100 мегабайт. У Швеції найнижчий відсоток людей, які ніколи не користувалися Інтернетом – 7 %. Перевагами е-уряду широко користуються як пересічні громадяни, так і бізнес.

У 2013 р. уряд представив доповідь про політику реалістичної демократії (A policy for a living democracy), у якій наголошується на взаємозв'язку між можливістю особи здійснювати вплив на політичний процес та повагою до прав людини. Основоположні права та свободи є передумовою доступу громадян до політичних процесів, можливості висловити свої погляди та вимагати звітності від урядових структур. Уряд визначає заходи, які має намір реалізувати:

- висока та рівна участь виборців, яка є ознакою сталої демократії;
- широка участь в виборних органах, що є важливим елементом процесу вироблення рішень;
- посилені можливості впливу, транспарентності та участі у період між виборами: громадяни та організації громадянського суспільства повинні мати можливість участі в прийнятті важливих політичних рішень; основою демократичного суспільства є тривалий діалог між виборцями та тими, хто приймає рішення;
- збільшена демократична обізнаність: громадяни, особливо молодь, повинні бути обізнані з питань функціонування демократичного уряду, основоположних принципів демократії, і повинні відчувати довіру до свого уряду;
- охорона демократії від екстремізму: уряд має намір запобігати проявам екстремізму проти громадян та громадянського суспільства та протидіяти

поширенню ідеологічного насилля, націленого на інституції громадянського суспільства, його представників та окремих громадян.

Медіа-політика Швеції є типовою для країн Європейського Союзу. Свобода висловлювання, доступність та різноманітність контенту вважаються цілями заходів шведського уряду у сфері культури та мас-медіа. Газети, які підтримуються урядовими грантами, комерційні канали, доступ до світових каналів через супутниковий зв'язок, Інтернет, платне ТБ надають широкий спектр думок, ставлень, зображень, забезпечуючи плюралізм мас-медіа.

Свобода преси означає право друкувати та інформувати лише з незначними обмеженнями. У контексті активної комунікаційної політики Швеція з 1970-х рр. субсидує економічно слабкі газети, щоб забезпечити вільний ринок ідей та здорову конкуренцію у сфері інформації. Діяльність мас-медіа базується на принципі публічного доступу до офіційних документів, що дає змогу шведам отримувати повну та прозору інформацію про діяльність уряду та місцевих органів влади, запобігаючи проявам зловживання владою. Цей принцип зобов'язує державних службовців та працівників урядових установ інформувати мас-медіа про те, що вони знають. Винятком є інформація, яка захищає такі інтереси: безпеку держави чи її взаємовідносини з іншою державою чи міжнародною організацією; національну фіскальну, монетарну політику; контроль, інспекція, керівництво, що здійснюється органами державної влади; запобігання чи переслідування злочинів тощо.

Офіційним сайтом Швеції є [Sweden.se](http://Sweden.se), який є офіційним джерелом інформації про державу. Сайт надає можливість спілкування з упорядниками для отримання відповідей на важливі питання, що стосуються проживання, працевлаштування, туристичних атракцій, статистичної інформації, культури, бізнесового оточення, природи тощо. Окрім шведської публікації сайту доступні такими мовами як англійська, арабська, китайська, французька, німецька, російська, іспанська. Швеція також представлена у Facebook та Twitter.



Урядовий спеціальний портал eRepublic.org підтримує та сприяє послугам е-уряду в усьому світі і зорієнтований на залучення громадян. eRepublic.org надає безпосередній зв'язок з веб-сайтами та порталами країн світу, включаючи дипломатичні установи; надає посилання на групи підтримки е-уряду: бізнесові, урядові, неурядові, освітні організації; пропонує відеоматеріали та публікації; надає можливості зворотного зв'язку.

У грудні 2011 р. уряд Швеції розпочався експеримент @Sweden – акаунт у Twitter, унікальність якого у тому, що кожного тижня один швед контролює увесь @Sweden. Такий куратор обирається Шведським інститутом, Шведським офіційним туристичним веб-сайтом VisitSweden, який є урядовою агенцією, та Шведською рекламною компанією Volontaire. Проект отримав назву «Куратори Швеції». Початкова мета – популяризувати туристичні принади країни, але оскільки @Sweden не піддається цензурування, то став інструментом вільного висловлювання. Тут громадяни обговорюють також політичні питання і в тій пріоритетності, що важлива для них, а не згідно з порядком денним уряду. Експеримент має на меті вивчити та показати, як соціальні медіа відображають соціальні зміни, як ініціюють та підтримують діалог між громадянами, як вони слугують засобом публічної дипломатії.

Фінляндія<sup>119</sup> ефективно впроваджує інновації та ІКТ політики в економіку для покращення якості довкілля, міжнародної конкуренції та добробуту громадян. Фінська національна Стратегія широкосмугового Інтернету передбачає до кінця 2015 р. 99% покриття домогосподарств, бізнесу та публічної адміністрації. Фінляндія домінує за кількістю населення, яке використовує Інтернет для пошуку медичної інформації, участі у тренінгах та читанні газет. Е-урядування базується на антропоцентричному підході, тобто у центрі усіх послуг повинні бути громадяни.

Упродовж останніх 10-15 років у Фінляндії точилися дискусії навколо таких проблем, пов'язаних з участю громадян у процесах прийняття рішень як

---

<sup>119</sup> Карпчук Н. П. Засади комунікаційної політики: досвід країн-членів Європейського Союзу: монографія / Н. П. Карпчук. – Луцьк : Вежа-Друк, 2015. – С. 288-290.

добробут держави, відчуження громадян від політичного процесу та якість публічних послуг. Усі дискусії призвели до розуміння необхідності посилити роль громадянського суспільства, тому з кінця 1990-х рр. започатковують різноманітні проекти та ініціативи.

У 1995-1999 рр. розробляють окремі індивідуальні проекти, а в період 1999-2003 рр. реалізують Програму громадянської участі як одну з ключових однорівневих програм Урядової програми 2003-2007 рр. Упродовж 2007-2011 рр. реалізується програма уряду Фінляндії з е-послуг та е-демократії «Відкрита, справедлива та впевнена Фінляндія», за якою транспарентність та право громадян на хороше керівництво, участь у процесах прийняття рішень та доступ до інформації вважаються основою діяльності місцевих органів управління. Місцеве законодавство примушує органи влади інформувати та вступати в комунікацію з громадянами, яка повинна бути відкритою, активною та вчасною. Цьому сприяють електронні засоби комунікації.

У 1997 р. Міністерство внутрішніх справ розпочало Проект участі, щоб запобігти виключності громадян держави з комунікаційного процесу. У 2000 р. міністерство фінансів започаткувало дискусійний форум [www.otakantaa.fi](http://www.otakantaa.fi) = «Поділіться вашими думками з нами» (otakantaa =Share Your Views with Us), щоб використати потенціал ІКТ для консультування з громадянами. Зараз цей форум модерується Міністерством юстиції. Міністерство фінансів реалізовувало проект «Почути громадян» як частину Центральної урядової реформи 2000-2003 рр., який виходив з ідеї про те, що консультування та участь посилюють відкритість уряду. Проект Міністерства юстиції 2007-2008 рр. розробив проект стратегії е-консультування та е-участі.

Транспарентність та доступ до інформації – базові принципи місцевого урядування Фінляндії. Акт про місцеве врядування наголошує на важливості представницької демократії та впливі жителів і користувачів послуг на місцеві справи. Місцева влада зобов'язана надавати спільноті інформацію про поточні питання, які розглядаються; плани, які безпосередньо впливають на жителів, як

вони реалізуються; які рішення уже прийняті та їхні наслідки. Громадянам радять, як можна висловитися та запропонувати свої ідеї відповідальним посадовцям.

На початку 2010 р. почали розробляти концепцію Helsinki Region Infoshare. Перша версія запрацювала в березні 2011 р., а до кінця 2012 р. веб-сервіс запропонував широкий спектр даних для жителів Гельсінкі та прилеглих територій. До кінця 2013 р. веб-сервіс став частиною звичної діяльності місцевої влади. Основна мета Helsinki Region Infoshare – зробити регіональну інформацію швидко і легко доступною для усіх. З початку свого створення веб-сервіс був зорієнтований на обмін відкритою інформацією між містами Гельсінкі, Еспоо, Вантаа, Кауніаінен. Сьогодні – це джерело, загалом статистичної, інформації про умови життя, добробут, економічний розвиток, зайнятість та транспорт.

Більшість медіа-організацій Фінляндії вбачають своїм завданням підтримувати демократію та можливість кожного брати участь у житті суспільства через надання найрізноманітнішої інформації, думок, обговорень та можливостей взаємодіяти з іншими. Компанії підтримують терпимість, мультикультуралізм, пропонуючи контент для меншин, спеціальних груп офіційними мовами та мовами самі, ромів та глухонімих.

Створено веб-сайт [www.2030.fi](http://www.2030.fi), який надає форум блогерам висловитися з приводу свого бачення майбутнього Фінляндії до 2030 р. Новий проект забезпечує залучення громадян через соціальні медіа, щоб їх погляди та ідеї були почуті ще на ранній стадії. Цей спосіб інклюзії вважається новим в історії Фінляндії. Новостворений веб-сайт надає доступ до статей про майбутнє та обрані теми з блогів та інших джерел мережі. Будь-хто може зареєструвати свій блог. Веб-сайтом керує головний редактор, який змінюється кожних два тижні. Головний редактор відповідає за стимулювання дискусій, призначені голови та члени тематичних груп залишаються свої коментарі. За підсумками такого обговорення представлено доповідь.

Завдяки невеликому розміру країни, де «всі знають усіх» традиційною особливістю Данії<sup>120</sup> вважається консультаційний процес (офіційний та неофіційний) з ключовими стейкхолдерами та урядом. Консультації базуються на політичній культурі пошуку консенсусу між коаліційними партіями та прийняття компромісу. Останніми роками данські міністерства розпочали процес консультацій через публічні слухання та тематичні веб-сайти щодо стимулювання публічних обговорень та залучення громадян.

У 2005 р. для підтримки транспарентності створено Консультаційний портал (*Høringsportalen*) за адресою [borger.dk](http://borger.dk), який збирає консультаційні документи починаючи з середини 2005 р., що стосуються підготовки положень усіма міністерствами та агенціями; обов'язково публікуються проекти законів та накази; представлені також політичні та стратегічні документи, проекти положень Європейської комісії. Після закінчення консультацій уряд публікує прийняті коментарі.

Уряд Данії займає активну позицію щодо доступності урядових положень через Інтернет для широкої громадськості. Так, усе нове законодавство друкується в офіційній газеті [Lovtidende.dk](http://Lovtidende.dk), яка має електронний формат з 1 січня 2008 р. Веб-сайт [Retsinformation.dk](http://Retsinformation.dk) надає доступ до державної правової системи з 1 січня 2008 р. [Retsinformation.dk](http://Retsinformation.dk) оновлюється принаймні раз на день і забезпечує пошук законів, положень, які видаються міністерствами, урядовими органами, за винятком документів, які стосуються поточних парламентських обговорень. Сайт зв'язує з базою парламентського веб-сайту, а також надає доступ до [Lovtidende.dk](http://Lovtidende.dk) та міністерської газети [Ministerialtidende.dk](http://Ministerialtidende.dk). Як частина урядової програми е-уряду було створено веб-сайт [Virk.dk](http://Virk.dk), зорієнтований на бізнес; тут підприємці можуть отримати інформацію з питань правил та реєстрації у Данії, отримати зразки документів. Громадський портал [Borger.dk](http://Borger.dk) (існує з 2007 р.) забезпечує легкий доступ до сектору публічної інформації, допомагає розв'язати питання, пов'язані з наданням послуг (зорієнтований суто

---

<sup>120</sup> Карпчук Н. П. Засади комунікаційної політики: досвід країн-членів Європейського Союзу: монографія / Н. П. Карпчук. – Луцьк : Вежа-Друк, 2015. – С.279-281.

на місцевих жителів і надає інформацію лише данською, на відміну від згаданих вище порталів, які пропонують також англомовний варіант).

Стратегія електронного врядування на 2011-2015 рр. визначає такі ініціативи уряду Данії: ефективна цифрова комунікація з громадянами, цифрові технології для бізнесу (цифрова пошта для усіх компаній, доступ до даних компаній через бізнес портал, доступні дані для громадськості тощо), ІТ в школах, цифрова комунікація з пацієнтами, ІТ для реалізації соціальних ініціатив, ІТ підтримка пошуку роботи, цифрові університети, спільна платформа для ефективного управління довкіллям тощо.

Уряд визнає нагальну потребу більш ефективної комунікації між громадянами та владою. Цифрові канали комунікації повинні не просто стати альтернативою традиційним паперовим повідомленням, вони повинні їх замінити. Як результат, усі громадяни мають використовувати Інтернет будь-де для задоволення своїх інформаційних та комунікаційних потреб. Тим, хто необізнаний з цифровими каналами комунікації, буде надаватися допомога; особлива увага приділяється людям з обмеженими фізичними можливостями. Передбачається, що найпізніше до кінця 2014 р. усі громадяни матимуть власні цифрові скриньки, в які будуть отримувати інформацію від органів влади. Громадський портал Borger.dk надасть безпечні точки доступу; «Моя сторінка» на Borger.dk надасть прямий доступ кожному до персональної інформації про житло, охорону здоров'я, податки, права та обов'язки.

У січні 2010 р. уряду Данії запропоновано 40 рекомендацій, як зробити країну високошвидкісним суспільством. Для досягнення такої амбітної мети уряд планує інвестиції в технології для створення нових шляхів роботи та організаційної структури до 2015 р. (проекти для соціальної сфери та охорони здоров'я). Данці надають перевагу Інтернету у пошуку інформації про товари та послуги, здійснюють он-лайн покупки та завантажують ігри. 100% підприємств та 75 % громадян користуються послугами е-урядування.

Для *Естонії*<sup>121</sup> розвиток інклюзивного, безпечного, орієнтованого на громадян інформаційного суспільства є основою економічного зростання і визначається ціллю Стратегії інформаційного суспільства 2013. Країна лідирує в е-урядуванні та створила передову інфраструктуру е-уряду для надання комплексних послуг, орієнтованих на потреби громадян.

Ще з 1991 р. – року початку відбудови своєї незалежності – уряд Естонії звернув увагу на потенціал ІКТ для посилення діалогу між тими, хто керує, і тими, ким керують. Слід зауважити, що Естонія розбудовувала своє е-урядування за прикладом Австрії. Ініціативи е-урядування Естонії були зумовлені вимогами приватного сектору та загальної громадськості і впроваджувалися загалом у сфери, які потребували мінімально можливих затрат.

Розвиток та регулювання е-демократії в Естонії розпочинається Актом про публічну інформацію 2001 р., який зобов'язує усі публічні інституції створити та підтримувати власні сайти і надавати он-лайн контент, який повинен задовольняти громадський інтерес. Концепція розвитку естонського громадянського суспільства 2002 р. визначає взаємні ролі, механізми та пріоритети співпраці публічної адміністрації та громадянських ініціатив. План розвитку громадянського суспільства на 2010-2014 рр. ставить своїм завданням створення сприятливих умов для громадянських ініціатив (включаючи електронні канали) і розвитку громадянського суспільства в цілому. Однією з ключових сфер Плану є посилення громадянської участі, яка розглядається як практичний засіб демократії участі. Кодекс хорошої практики для участі надає рекомендації урядовцям, як ефективно використовувати різні канали комунікації, надавати громадянам інформацію та залучати їх до е-консультацій. Стратегія інформаційного суспільства 2013 р. наголошує на розвитку е-каналів комунікації, які дадуть змогу громадянам взаємодіяти з урядовцями.

Ініціативами е-участі в Естонії були:

---

<sup>121</sup> Карпчук Н. П. Засади комунікаційної політики: досвід країн-членів Європейського Союзу: монографія / Н. П. Карпчук. – Луцьк : Вежа-Друк, 2015. – С. 290-293.

1. У 2001 р. запущена система е-участі ТОМ (акронім від естонської фрази «Сьогодні я вирішую»). Коли в інших державах схожі ініціативи зводилися лише до муніципального рівня, естонська ініціатива надала громадянам можливість брати участь в загальнонаціональному законотворчому процесі. Платформа ТОМ була набагато амбіційнішою, ніж, наприклад, платформа е-петицій Сполученого Королівства, бо стала не лише засобом збору підписів, а форумом для громадян з обговорення законодавчих пропозицій протягом 10 днів з дня подачі пропозиції та надавала можливість голосувати у підтримку. Пропозиція, яку підтримала більшість, надсилається у відповідне міністерство, яке повинно її розглянути у місячний термін; відповідь з поясненнями необхідних подальших кроків чи неможливості упровадження пропозиції публікується у ТОМ. Найбільший пік громадянської активності був зафіксований у 2001 р. (369 пропозицій) з поступовим спадом (2004 р. – 97).

Дослідження, проведене у квітні-травні 2007 р., вказало на такі проблемні моменти: 1) з боку громадян: невисока участь, бо розглядаються вузькоспеціалізовані теми, які пропонують спеціальних знань; домінування в інформаційному просторі кількох «мега-користувачів»; автори пропозицій розчаровані через низьку кількість коментарів; відсутність можливості подати відкоректовані ідеї; відповіді від міністерств не містили конструктивної інформації, лише порожні фрази; 2) з боку урядових структур: необхідність відповідати на пропозиції підвищує навантаження на службовців; ідеї не відповідають пріоритетам міністерств; відповідальні службовці не приймають рішення, вони їх виконують.

2. У 2007 р. запущено естонський урядовий портал участі [www.osale.ee](http://www.osale.ee) («osale» естонською означає «брати участь»), який надав можливість зареєстрованим зацікавленим громадянам та групам коментувати проекти документів, що стосувалися урядових політик; пропонувати свої ідеї, поправки, направляти петиції. Далі уся процедура розгляду така сама, як і на платформі ТОМ. У середньому щорічно проводиться 25 таких консультацій.

3. Ініціативи місцевого рівня: VOLIS – система вироблення рішень он-лайн для місцевих рад, яка надає можливості членам рад відвідувати сесії віртуально та голосувати он-лайн, а громадянам переглядати у режимі телебачення сесії, читати документи та пропонувати положення для порядку денного (процедура як у ТОМ).

Національна інформаційна політика *Республіки Польща* зорієнтована на побудову вільного відкритого суспільства, забезпечення прав людини за статтею 19 Загальної декларації прав людини (1948 р.), впровадження концепції вільного транскордонного обігу інформації, створення незалежних і плюралістичних мас-медіа. Новий інформаційний порядок, зазначається в Програмі розвитку комунікації та інформації уряду Польщі (1988 р.), покликаний лібералізувати інформаційний сектор, врегулювати форми державного контролю, розвинути приватні структури і забезпечити широкий доступ громадськості до системи прийняття політичних рішень, деідеологізувати засоби масової комунікації, прийняти нові закони, які б відтворили нові реалії.

Правовим підґрунтям інформаційної політики Польщі є прийняті у 1989-92 рр. «Закон про пошту і телекомунікації», «Закон про телебачення і радіомовлення», «Закон про державні відносини з римською католицькою церквою в Республіці Польща», в яких визначаються напрями інформаційної політики, встановлюються технологічні стандарти інформаційного зв'язку, форми залучення іноземних інвестицій (від 33%-49% зарубіжного капіталу), ліцензування інформаційної діяльності. Окремо визначені права церкви на інформаційну діяльність, з огляду на значний вплив клерикальної інформації на політичні пріоритети та моральність польського суспільства. Законом передбачено право католицької церкви на власну інфоінфраструктуру, створення комп'ютерних мереж, систем електронного зв'язку, телерадіомовлення, друкованої продукції.

Основні напрями діяльності уряду Польської Республіки у галузі нових технологій – розвиток комп'ютерних мереж (суспільних магістралей,



локальних мереж, приватних систем; супутникового та мобільного зв'язку); підтримка інформаційного бізнесу, використання національних терміналів для транспортування масивів інформації, поширення сфери інформаційних послуг; вдосконалення традиційних медіа і конвергенція засобів зв'язку.

Лібералізація політичної та економічної систем зумовлює деідеологізацію засобів масової комунікації, скасування певних форм державного контролю і саморегулювання ЗМК згідно з європейськими і міжнародними стандартами відповідальності». В умовах плюралізму і рівності можливостей мас-медіа повинні забезпечувати потреби громадськості в інформації і відображати розмаїття поглядів, самобутність культур національних меншин, спільнот та нації. На сучасному етапі національна інформаційна політика Польщі формується під впливом політичних пріоритетів країни (членство в ЄС, НАТО, ЦЄІ), програм становлення інформаційного суспільства в Європі та медіа-концентрації в регіоні, інтеграції польського інформаційного ринку у прибалтійський сектор економіки.

Головними напрямками і способами здійснення державної інформаційної політики згідно із Законом *України* «Про інформацію» є:

- забезпечення доступу громадянам до інформації;
- створення національних систем і мереж інформації;
- зміцнення матеріально-технічних, фінансових, організаційних, правових і наукових основ інформаційної діяльності;
- забезпечення ефективного використання інформації;
- сприяння постійному оновленню, збагаченню та зберіганню національних інформаційних ресурсів;
- створення загальної системи охорони інформації;
- сприяння міжнародному співробітництву в галузі інформації і гарантування інформаційного суверенітету України.

Державну інформаційну політику розробляють і здійснюють органи державної влади загальної компетенції, а також відповідні органи спеціальної компетенції.

Діяльність в галузі інформації регламентує низка законів, зокрема: «Про інформацію» (1992р.), «Про друковані засоби масової інформації (пресу) в Україні» (1992р.), «Про обмеження монополізму та недопущення недобросовісної конкуренції у підприємницькій діяльності» (1992р.), «Про телебачення та радіомовлення» (1993р.), «Про державну таємницю» (1994р.), «Про інформаційні агентства» (1995р.), «Про національну раду України з питань телебачення і радіомовлення» (1997р.), «Про національну програму інформатизації» (1998р.), «Про основні засади розвитку інформаційного суспільства в Україні на 2007-2015 рр.» , «Про доступ до публічної інформації» (2011 р.), «Про захист персональних даних» (2010 р.), «Доктрина інформаційної безпеки України» (2017 р.) та інші.

Згідно з Концепцією національної інформаційної політики України, сучасна державна інформаційна політика реалізується такими шляхами:

1) розроблення та прийняття Закону України про доступ до інформації з метою визначення механізму реалізації права кожного на доступ до інформації, якою володіють суб'єкти владних повноважень;

2) встановлення відповідальності за порушення законодавства про інформацію; внесення змін до законодавства щодо запобігання процесам монополізації вітчизняного ринку телерадіомовлення;

3) забезпечення прозорості відносин власності стосовно засобів масової інформації з метою унеможливлення маніпулювання громадською свідомістю; удосконалення процедури реєстрації та перереєстрації друкованих засобів масової інформації; встановлення відповідальності за порушення законодавства у сфері захисту суспільної моралі;

4) сприяння розвитку сфери друкованих ЗМІ; встановлення порядку надання дозволу на розповсюдження зарубіжних друкованих ЗМІ;

5) забезпечення розвитку сфери телебачення і радіомовлення, а саме: збільшення покриття території України теле- радіомовленням вітчизняних аудіовізуальних засобів масової інформації; здійснення заходів щодо створення та належного функціонування системи суспільного телебачення й радіомовлення з урахуванням необхідності захисту суспільних інтересів, культурних цінностей і плюралізму ЗМІ під час впровадження цифрового мовлення; розвитку супутникового мовлення, кабельного телерадіомовлення; використання широкосмугових телекомунікаційних мереж з високою пропускнуою здатністю для забезпечення інтернет-мовлення;

6) забезпечення розвитку Українського національного інформаційного агентства «Укрінформ» з метою підвищення ефективності його діяльності до рівня провідних європейських інформаційних агентств;

7) розширення міжнародного співробітництва в інформаційній сфері, зокрема сприяння обміну інформаційними продуктами між українськими та закордонними ЗМІ, а саме: розширення мережі кореспондентських пунктів вітчизняних ЗМІ за кордоном і створення належних умов для їхньої діяльності; поширення за кордоном вітчизняної друкованої продукції іноземними мовами; створення й функціонування української редакції міжнародного телевізійного каналу «Європьюс» тощо.

14 січні 2015 р. Кабінет Міністрів України ухвалив Постанову, згідно з якою створено Міністерство інформаційної політики України. Ключовими завданнями Міністерства є: протидія інформаційній агресії з боку Росії; розробка стратегії інформаційної політики держави та концепції інформаційної безпеки України; координація органів влади в питаннях комунікації й поширення інформації. Ці завдання закріплено в Програмі дій Уряду, а також в Коаліційній угоді, яку підписали п'ять парламентських фракцій Верховної Ради.

Повноваженнями Міністерства визначено: формування державної політики щодо діяльності засобів масової комунікації; розробка стратегії інформаційної політики держави та забезпечення її дотримання; реалізація державної політики

у сферах поширення інформації, просвітницької діяльності і використання національних інформаційних ресурсів; створення умов для розвитку інформаційного суспільства, а також здійснення державного контролю за діяльністю засобів масової комунікації незалежно від їх підпорядкування і форми власності; розробку та затвердження державних стандартів телевізійного виробництва, реклами, стандартів з професій в сфері медіа та інформації; координацію заходів по запобіганню нанесення громадянам України шкоди через неповноту, невчасність та невірогідність інформації, що використовується, застосування маніпулятивних інформаційних технологій, що впливають на свідомість громадян; призначення на посади директорів, заступників директорів, головних редакторів державних засобів масової комунікації; розробку програми позиціонування України в світі та стратегії захисту інформаційного простору України від зовнішнього інформаційного впливу тощо.

---

#### ***Питання для розгляду на семінарах:***

1. Доповідь МакБрайда «Багато голосів. Один світ».
2. Окінавська Хартія Глобального інформаційного суспільства
3. ВСІС
4. Інформаційна діяльність ОБСЄ
5. Інформаційна діяльність НАТО
6. Інформаційна діяльність ООН
7. Програми ЮНЕСКО у сфері інформації й комунікації
8. Інформаційна політика Ради Європи
9. Інформаційна політика неурядових організацій
10. Інформаційна політика Японії
11. Інформаційна політика США
12. Інформаційна політика Великобританії
13. Інформаційна політика Франції

14. Інформаційна політика ФРН
15. Інформаційна політика Швеції
16. Інформаційна політика Нідерландів
17. Інформаційна політика Данії
18. Інформаційна політика Естонії
19. Інформаційна політика Фінляндії
20. Інформаційна політика України

***Завдання для лабораторних робіт:***

1. Проаналізуйте інформаційну політику за документами Білого Дому, Офісу інформації та регулятивних справ (Information Policy [http://www.whitehouse.gov/omb/infoereg\\_infopoltech](http://www.whitehouse.gov/omb/infoereg_infopoltech))

2. Дослідіть проблему доступу до інформації у діяльності ЮНЕСКО (доступ людей з обмеженими можливостями, інформаційна грамотність, лінгвістична різноманітність та багатомовність в Інтернеті) (Access to Information <https://en.unesco.org/themes/access-information>).

3. Напишіть аналітичний огляд по Конвенції Ради Європи про кібернетичну злочинність (Конвенція о компьютерных преступлениях <http://conventions.coe.int/Treaty/rus/Treaties/Html/185.htm>).

## РОЗДІЛ 4

# ІНФОРМАЦІЙНО-КОМУНІКАЦІЙНА ПОЛІТИКА ЄВРОПЕЙСЬКОГО СОЮЗУ

### § 1. Інформаційна політика Європейського Союзу

Інформаційну політику ЄС визначають як наддержавне явище, як інформаційно-комунікаційну діяльність інститутів Євросоюзу, яка, відповідно до цілей ЄС, національних інтересів країн-членів і громадян об'єднаної Європи, спрямована на створення і підтримку функціонування єдиного європейського культурно-інформаційного простору. Її зовнішні та внутрішні цілі зорієнтовані на створення єдиного медіа-простору ЄС і захист внутрішнього комунікаційного простору ЄС від зовнішнього впливу<sup>122</sup>.

Інформаційна політика ЄС за свою основу має доктрину Європейського інформаційного суспільства, що була проголошена у 1994 р. у доповіді М. Бангеманна «Європа і глобальне інформаційне суспільство: рекомендації для Європейської Ради ЄС»<sup>123</sup>. Основна ідея документа – створення інформаційного суспільства на основі процесу європейської інтеграції для забезпечення економічної стабільності країн Європи, економічного зростання традиційних і нових (інформаційних) виробництв; розв'язання соціальних проблем – зайнятості населення шляхом створення нових робочих місць; надання можливостей для вільного доступу до глобальних мереж із метою освіти, охорони здоров'я та адміністративного управління.

У 1993 р. опубліковано «Білу книгу» Дж. Делорса «Ріст, конкурентоздатність і зайнятість: виклики і напрями входження в ХХІ ст.», в якій підкреслено значення інформаційного суспільства для майбутнього європейського суспільства; наголошено на важливості і невідкладності

---

<sup>122</sup> Макаренко С. А. Європейська інформаційна політика: монографія / С. А. Макаренко. – К.: Наша культура і наука, 2000. – 368 с.

<sup>123</sup> Міжнародна інформація: терміни і коментарі. Навчальний посібник / Макаренко С. А., Рижков М. М., Кучмій О. П., Фролова О. М. – Вид. 2-ге, доповн. та переробл. – К.: Центр вільної преси, 2016. – С. 232-238.

розвитку пан'європейської інформаційної інфраструктури для допомоги у відновленні європейського економічного зростання і конкурентоздатності, створення нових ринків і можливостей працевлаштування та поліпшення якості життя європейців. Інформаційне суспільство в документі розглядалось як потужний двигун для прискорення зростання, яке принесе вигоди всім сферам і всім складовим суспільства. Саме під впливом цієї «Білої книги» у 1993 р. Європейська Рада попросила групу експертів високого рівня підготувати доповідь з проблеми інформаційного суспільства, результатом роботи якої й стала згадана доповідь «Європа і глобальне інформаційне суспільство» (відома як *Доповідь Бангеманна*).

У Доповіді йдеться про таке:

1) ІКТ породили нову технічну революцію, яка додала великі можливості для співпраці усього людства. Європа вже приймає участь у цій революції але, досить повільно, що може зменшити очікувану вигоду. Тому завдання ЄС – прискорити становлення інформаційного суспільства. Країни, що перші ввійдуть в інформаційне суспільство, отримають велику нагороду, бо будуть встановлювати правила для усього світу, що відстає в розвитку. Впровадження нового порядку підвищить рівень життя в ЄС, надасть можливість для створення ринку нових продуктів та послуг, підвищить рівень обміну культурою та традиціями центру й периферії. Однак ЄС має знайти найменш ризиковані шляхи для встановлення інформаційного суспільства, тому підготовка громадськості до цього є першочерговим завданням. Уряд повинен забезпечити здорову конкуренцію на ринку електронних послуг, тоді вони перетворяться з дорогих послуг, доступних тільки бізнесменам та крупним компаніям, на широко доступні;

2) головним чинником появи нового ринку стане вільна конкуренція, яка дасть можливість мобілізувати приватний капітал для розроблення нових технологій, їх подальшого розвитку та росту. Для надійного функціонування ринку необхідно, щоб його нові учасники мали сучасне обладнання для вдалого ведення бізнесу, або, принаймні, не стикалися з серйозними перешкодами. Для

всіх учасників будуть встановлені єдині правила ведення бізнесу і забезпечена вільна конкуренція. Для здійснення цих планів необхідно усунути монополії. Всі ліцензовані оператори мають взяти на себе відповідальність за ту частину послуг, що їм належить;

3) через підвищення кількості інформації в мережах комп'ютерного й телекомунікаційного зв'язку і вільного доступу до неї постала нагальна проблема, пов'язана з забезпеченням прав інтелектуальної власності. Під загрозою опинилася недоторканість приватного життя. Необхідно вводити електронну та правову охорону, для захисту від проникнення в мережі / бази даних інформаційних піратів;

4) у четвертому розділі йдеться про складові інформаційного суспільства: інформаційні мережі (такі як телефонна, супутникова та кабельна мережі, системи ISDN, Інтернет), що передають інформацію; електронні послуги (електронна пошта, інтерактивне телебачення), що надають можливість людям використовувати мережі для швидкого передавання інформації, навчання та праці на відстані;

5) фінансування інформаційного суспільства покладається на приватний сектор. Приватний капітал зможе вільно перетікати по телекомунікаційній інфраструктурі. Доповідачі вважають, що встановлення інформаційного суспільства має бути покладено на приватний сектор та ринкові сили, але керуючу роль має займати уряд на загальноєвропейському рівні;

6) в останньому розділі висловлено побажання щодо найшвидшого встановлення інформаційного суспільства в Європі і приділення більшої уваги цій нагальній проблемі<sup>124</sup>.

Рекомендації, викладені у «Доповіді Бангеманна», стали підставою для прийняття Європейською Комісією у липні 1994 р. першого Плану дій ЄС щодо інформаційного суспільства під назвою *«Європейський шлях до інформаційного*

---

<sup>124</sup> Міжнародна інформація: терміни і коментарі. Навчальний посібник / Макаренко Є. А., Рижков М. М., Кучмій О. П., Фролова О. М. – Вид. 2-ге, доповн. та переробл. – К.: Центр вільної преси, 2016. – С. 232-238.



*суспільства*». Головні цілі Плану: прискорити повну лібералізацію телекомунікаційних послуг та інфраструктур, підсилити і переорієнтувати програми дослідження ІКТ, включити нові аспекти інформаційного суспільства до політики Співтовариства в інших галузях. Визначено такі основні проблеми: основи регулювання та законодавства (формування сприятливого правового середовища); мережі, базові послуги, застосування та інформаційний зміст; соціальні, суспільні та культурні аспекти (гарантування реалізації можливостей і уникнення потенційних негативних ефектів щодо зайнятості та робочого оточення, суспільних і культурних аспектів, а також питань мови); інформаційна кампанія (сприяння підвищенню усвідомлення технологічного потенціалу інформаційного суспільства).

Питанням поглиблення діалогу щодо суспільних та соціальних викликів, спричинених рухом до інформаційного суспільства, присвячена й «Зелена книга» *«Життя та праця в інформаційному суспільстві: люди перш за все»*, прийнята ЄК у липні 1996 р., де зазначається, що хоча сприйняття й широке розповсюдження ІКТ пропонує величезний потенціал для створення добробуту і високих стандартів життя, багатьох людей непокоїть вплив інформаційного суспільства на їхнє життя. Документ досліджує, як ІКТ перебудовують виробництво, організацію роботи і трансформують життя людей.

Основні пріоритети політики інформаційного суспільства ЄС цього періоду підсумовано у Повідомленні від Європейської Комісії *«Інформаційне суспільство: від Корфу до Дубліна: нові пріоритети, що з'являються»*<sup>125</sup>:

1) повна лібералізація телекомунікацій; захист та вдосконалення внутрішнього ринку для розвитку потенціалу продуктів і послуг інформаційного суспільства; пришвидшення прийняття сучасних ІКТ європейськими підприємствами, особливо малими та середніми;

2) створення швидкісних дослідницьких мереж і дослідження у сфері інформаційного суспільства;

---

<sup>125</sup> Макаренко С. А. Європейська інформаційна політика: монографія / С. А. Макаренко. – К.: Наша культура і наука, 2000. – 368 с.

3) посилення європейської інтеграції в контексті залучення всіх європейських регіонів до формування інформаційного суспільства; захист інтересів споживачів при розробці політик ЄС, які мають відношення до вирішення проблем інформаційного суспільства; підвищення узгодженості мереж країн-членів та полегшення державними адміністраціями доступу громадян до державної інформації; створення послідовних регуляторних рамок для нових продуктів, послуг і змісту з метою розвитку культурної розмаїтості;

4) готовність до глобальних викликів: визначення міжнародних правил сприяння міжнародним стандартам; співробітництво з країнами Центральної та Східної Європи, Співдружності Незалежних Держав і Середземномор'я; інтеграція країн, які розвиваються, до інформаційного суспільства.

Наступні роки в політиці ЄС ознаменовані зусиллями, спрямованими на виконання визначених завдань і внесенням певних коректив до політики Організації. Однак, незважаючи на успіх попереднього етапу, в 1999 р. стало зрозуміло, що політика інформаційного суспільства ЄС потребує нового імпульсу для розвитку, а також нового бачення ситуації. Прискорений розвиток Інтернет, швидко зростаюче становлення економіки, заснованої на знаннях, спонукали керівництво організації до пошуку нових підходів у політиці. Крім того, країни-члени вже мали свої розвинуті політичні стратегії в цій галузі і потребували координації в межах Організації. Тому Європейська Комісія 8 грудня 1999 р. започаткувала нову політичну ініціативу щодо прискорення перетворення Європи на інформаційне суспільство *«Електронна Європа – Інформаційне суспільство для всіх»*<sup>126</sup> (відома як *«e-Європа»*), якою пропонувалися амбіційні цілі, що забезпечать вигоди від інформаційного суспільства для усіх європейців. Головними напрямками є:

- надання доступу до цифрових технологій та Інтернету кожному громадянину, кожній оселі, школі, підприємству та державній установі;

---

<sup>126</sup> Макаренко С. А. Європейська інформаційна політика: монографія / С. А. Макаренко. – К.: Наша культура і наука, 2000. – 368 с.

- подолання цифрової неосвіченості у Європі через культуру підприємництва, відкрити до застосування нових інформаційних технологій;
- забезпечення соціальної лояльності до інформаційного суспільства.

Було виділено такі головні сектори: надання молоді переваг від впровадження інформаційного суспільства; дешевший доступ до Інтернету; прискорення впровадження електронної комерції; швидкий Інтернет для дослідників і студентів; смарт-карти для безпечного електронного доступу; інвестування високотехнологічних підприємств; надання інвалідам можливостей, що надає інформаційне суспільство; здоров'я он-лайн; інтелектуальний транспорт; впровадження електронного уряду.

Щоб виконати ці завдання, у травні 2000 р. ЄК ухвалила План дій «Електронна Європа 2002»<sup>127</sup>, який визначив три головні цільові напрями дій:

1) дешевший, швидший та безпечніший Інтернет: дешевший і швидший Інтернет-доступ; швидший Інтернет для дослідників і студентів; безпечні мережі і смарт-картки;

2) інвестування в людей і навички: європейська молодь в цифрову добу; робота в економіці, заснованій на знаннях; участь для всіх в економіці, заснованій на знаннях;

3) стимулювання використання Інтернету: прискорення електронної комерції; уряд он-лайн: електронний доступ до суспільних послуг; он-лайнова охорона здоров'я; європейський цифровий вміст для глобальних мереж; інтелектуальні транспортні системи.

У червні 2001 р. додали план дій «Електронна Європа+» для країн-кандидатів з ідентичними завданнями й напрямками.

Після аналізу результатів ініціативи «e-Europe 2002», які виявили певні успіхи і проблеми, було вирішено продовжувати її реалізацію. У травні 2002 р. ЄК підготувала План дій «e-Europe 2005». Порівняно з попереднім, цей план містив більш цілеспрямовані дії (особливо це стосувалося введення юридичної

<sup>127</sup> Міжнародна інформація: терміни і коментарі. Навчальний посібник / Макаренко Є. А., Рижков М. М., Кучмії О. П., Фролова О. М. – Вид. 2-ге, доповн. та переробл. – К.: Центр вільної преси, 2016. – С. 238-239.

бази для забезпечення конкуренції між різними технологіями; використання широкосмугових інфраструктур; створення стимулів для регіонів щодо використання найновіших технологій; розвитку електронних послуг національними адміністраціями, особливо у сфері навчання та охорони здоров'я; окреслено загальні завдання, графік та граничні терміни їх виконання). Мета Плану «e-Europe 2005»: стимулювання розвитку безпечних послуг, застосувань і змісту, що базуються на доступній широкосмуговій інфраструктурі. План передбачав такі взаємопов'язані інструменти:

1) політичні заходи для перегляду і прийняття законодавства на національному і європейському рівнях; гарантування, що законодавство не перешкоджає новим послугам; посилення конкуренції і сумісності мереж; поліпшення доступу до різного виду мереж; демонстрації політичного лідерства; 2)

2) полегшення обміну досвідом, позитивними практиками і демонстраційними проектами;

3) 3) проведення моніторингу політичних заходів та їх краще фокусування завдяки вимірюванню прогресу в досягненні завдань і політик у підтриманні завдань; 4) координація існуючих електронних політик для забезпечення синергізму між запропонованими діями<sup>128</sup>.

Не очікуючи завершення Плану дій «e-Europe 2005», ЄК запропонувала нову стратегічну ініціативу «i2010 – Європейське інформаційне суспільство заради зростання і зайнятості», зорієнтовану на підтримку відкритої і конкурентоздатної цифрової економіки. В ній ІКТ розглядаються як рушійна сила для поліпшення соціальної включеності (inclusion) і якості життя європейців. Будучи ключовим елементом оновленого «Лісабонського партнерства заради зростання і зайнятості», Стратегія «i2010» запропонувала три основні пріоритети для її розвитку:

---

<sup>128</sup> Міжнародна інформація: терміни і коментарі. Навчальний посібник / Макаренко Є. А., Рижков М. М., Кучмії О. П., Фролова О. М. – Вид. 2-ге, доповн. та переробл. – К.: Центр вільної преси, 2016. – С. 239-240.

1) формування єдиного європейського інформаційного простору, який забезпечує вільний і конкурентоздатний внутрішній ринок для інформаційного суспільства і медіа;

2) посилення інновацій та інвестицій в ІКТ-дослідження для сприяння економічному зростанню і збільшенню та поліпшенню робочих місць;

3) досягнення інклюзивного європейського інформаційного суспільства, яке сприяє економічному зростанню і зайнятості в спосіб, узгоджений зі стійким розвитком, і в якому краще визначаються пріоритети суспільних послуг і якості життя<sup>129</sup>.

У травні 2010 р. представлено «Цифровий порядок денний для Європи» (для розвитку цифрової економіки) – одну з семи флагманських ініціатив стратегії «Європа 2020». Порядок денний містить сім стовпів:

1) для створення *єдиного цифрового ринку* – зняття бар'єрів і створення єдиних правил для вільного поширення он-лайн-послуг та розваг за межі національних кордонів, створення єдиного простору он-лайн-платежів, розвитку бізнесу завантаження музики, захисту споживачів ЄС в кіберпросторі;

2) для розвитку *інтероперабельності* (експлуатаційної сумісності) і *стандартів* – покращання нормативних процедур та підвищення сумісності для досягнення безперешкодної взаємодії численних ІТ-пристроїв і застосунків, сховищ даних і послуг;

3) для розвитку *довіри і безпеки* користувачів он-лайн-транзакцій – зменшення загроз від шкідливого програмного забезпечення, скоординована європейська відповідь на кібератаки, посилені правила щодо захисту особових даних;

4) для розвитку *дуже швидкого Інтернету* – для телебачення високої чіткості та відеоконференцій, досягнення швидкостей 30 Мбіт/с для всіх користувачів і 100 Мбіт/с, принаймні для 50% користувачів Інтернету до

---

<sup>129</sup> Міжнародна інформація: терміни і коментарі. Навчальний посібник / Макаренко Є. А., Рижков М. М., Кучмій О. П., Фролова О. М. – Вид. 2-ге, доповн. та переробл. – К.: Центр вільної преси, 2016. – С. 240-241.

2020 р., стимулювання інвестицій і прийняття комплексного плану радіочастотного спектру;

5) для розвитку *наукових досліджень та інновацій* – залучення найкращих дослідників, створення інфраструктури світового класу, адекватне фінансування, переведення найкращих ідей в форму товарів і послуг, розширення координації та ліквідація розрізнених зусиль Європи;

6) для підвищення *електронних навичок* – понад 50% європейців використовують Інтернет щодня, але 30% не використовували його ніколи;

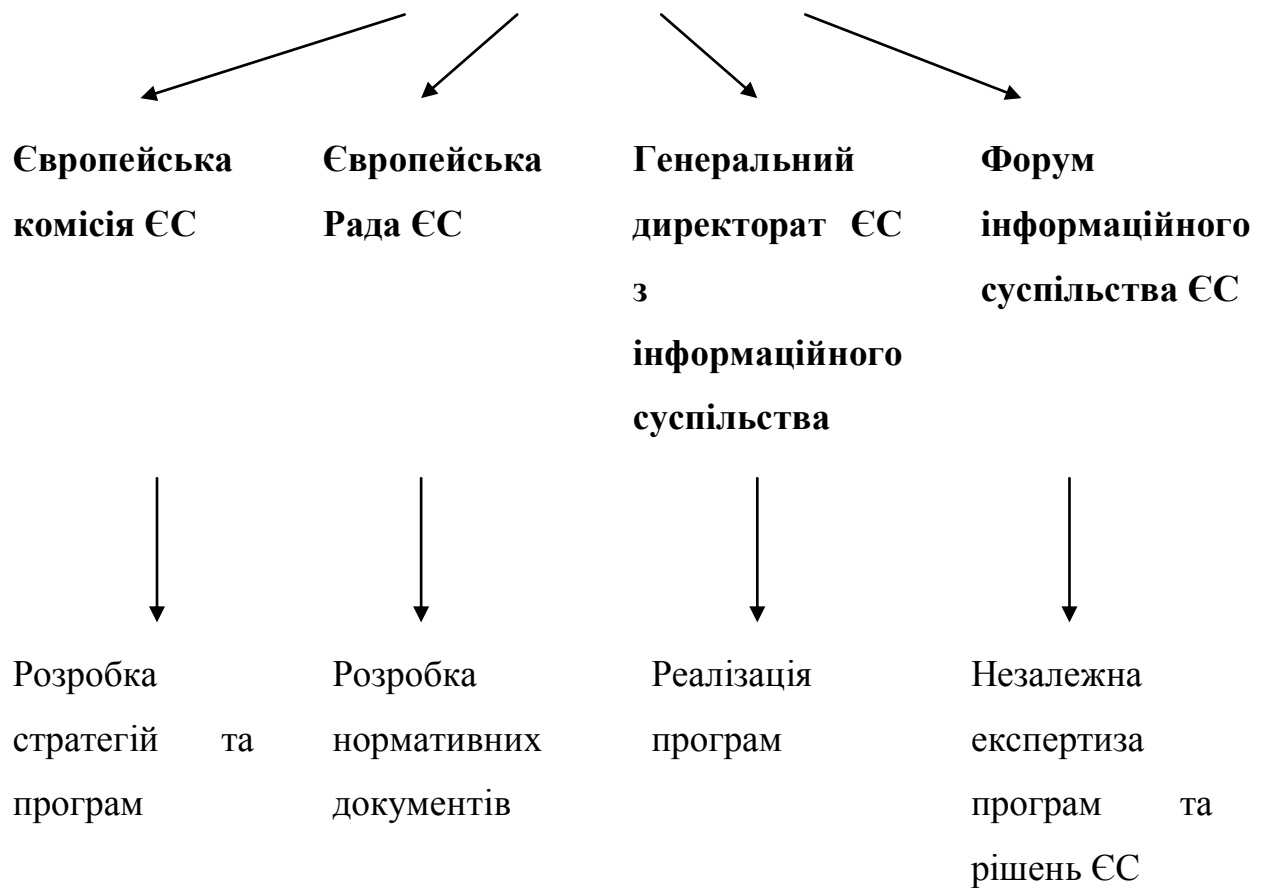
7) для *використання ІКТ для вирішення соціальних проблем* – для скорочення споживання енергії, підтримки життя старіючих громадян, революціонізації медичних послуг, підвищення якості державних послуг, оцифрування культурної спадщини Європи для забезпечення он-лайн доступу для всіх<sup>130</sup>.

Діяльність ЄС в галузі інформації та комунікації реалізується через основні органи і спеціалізовані структури організації – Європейську Раду, Європейську Комісію, Генеральний Директорат з інформаційного суспільства, Форум інформаційного суспільства ЄС, Генеральний Директорат з освіти і культури та через інформаційні центри у країнах-членах організації та інших.

---

<sup>130</sup> Digital Agenda for Europe [Electronic resource]. – Available at: [http://eige.europa.eu/resources/digital\\_agenda\\_en.pdf](http://eige.europa.eu/resources/digital_agenda_en.pdf)

**Структури Європейського Союзу, що забезпечують реалізацію  
європейської інформаційної політики<sup>131</sup>**



Європейська Комісія є виконавчим органом ЄС, відповідальним інститутом організації, до компетенції якого входить: 1) розробка і реалізація стратегій політики ЄС; 2) створення відповідної регулятивної і правової бази; 3) здійснення функцій контролю за дотриманням зобов'язань. Комісія є першою європейською інституцією, що запровадила систему підтримки інформаційної економіки як одного з найважливіших чинників своєї промислової політики.

Форум інформаційного суспільства – незалежний консультативний орган ЄС, головною метою діяльності якого є збалансований розгляд усіх аспектів і викликів інформаційного суспільства. Як консультативний орган ФІС надає ЄК

<sup>131</sup> Європейські комунікації: монографія. / Макаренко Є.А., Ожеван М.А., Рижков М.М. та ін. – К.: Центр вільної преси, 2006. - 536с.

ЄС пропозиції і рекомендації щодо пріоритетних напрямів діяльності та реалізації проектів організації. Процедура роботи та прийняття рішень ФІС дає можливість вести відкриті політичні дискусії з метою конструктивного обміну ідеями і для вільного вираження поглядів із проблем міжнародної координації дій за програмою інформаційного суспільства, формування єдиної системи правового регулювання інформаційної сфери, конвергенції телекомунікацій, засобів масової комунікації.

Форум проводить конференції на рівні міністрів у галузі комунікації країн-членів для розгляду актуальних проблем інформаційної політики, економіки, права. На конференціях Форуму й у прийнятих на них документах (деклараціях) наголошується на поширенні ідеї інформаційного суспільства в країнах ЄС, координації дій за такими напрямами, як декларація споживача інформаційних послуг, проблеми зайнятості і соціальний захист, міста в інформаційному суспільстві; модель Європи в інформаційному суспільстві; інновації нової галузі (інформаційний бізнес); електронні уряди (впровадження нових технологій у системи управління місцевої та регіональної влади); європейська інтеграція і процес розширення на Схід; трансформація освіти; демократичні цінності і ЗМК, інфраструктура, нові технології і суспільний сектор. Досвід Форуму в розробці стратегій суспільного розвитку в умовах інформаційного суспільства та формуванні свідомості європейської спільноти з цієї проблеми втілюється у директивних рішеннях ЄК ЄС та реалізується національними урядами країн-членів.

Генеральний Директорат ЄС з інформаційного суспільства був створений у 1999 р. в результаті реорганізації ЄК на основі Генерального директорату XIII, до компетенції якого входили напрями: телекомунікації, інформаційний ринок, наукові дослідження з інформаційних технологій. Метою діяльності Директорату з проблем інформаційного суспільства є здійснення політики Європейської Комісії ЄС в галузі інформації і комунікації. Основними завданнями Генерального Директорату є: 1) формування політики інформаційного суспільства в країнах ЄС; 2) розробка регулятивних та



правових документів, необхідних для здійснення інформаційної політики в європейському регіоні; 3) створення програм інформаційного суспільства і встановлення взаємодії між політикою розвитку технологій та політикою регулювання інформаційного суспільства; 4) впровадження нових технологій в інші сфери життєдіяльності європейських спільнот; 5) допомога у реалізації програм ЄС, пов'язаних з інформаційним суспільством, зокрема за напрямками зовнішньої політики, технологічних досліджень, підприємницької ініціативи, конкуренції, єдиного ринку, освіти, культури.

У рамках повноважень Директорату була прийнята програма заходів щодо збільшення безпеки в Інтернеті, в якій підкреслюється можливість розробки загальної структури цифрового підпису та кодування для підвищення рівня безпеки електронної торгівлі в мережі, а також важливість стимулювання випуску та розвитку криптографічної продукції. Директорат також ініціював розробку і підготовку документів про телекомунікації і супутниковий зв'язок, конвергенцію медіа-індустрії, аудіовізуальну політику, регулювання інформаційної діяльності, соціальні аспекти інформаційних супермагістралей, проблеми соціальної політики в інформаційному суспільстві, антимонопольні заходи в медіа-бізнесі.

Генеральний Директорат ЄС з освіти і культури розглядає проблеми аудіовізуального сектору, аудіовізуального піратства, комп'ютерної освіченості суспільства, дистанційної освіти, вільного доступу до глобальних знань, збереження і переведення в цифрову форму досягнень культурного розвитку народів Європи.

Інформаційні центри ЄК ЄС працюють за такими напрямками, як<sup>132</sup>:

- 1) інформування Європейської Комісії про ситуацію в країнах-членах;
- 2) поширення інформації про Європейський Союз, політику і законодавство ЄС у політичних, ділових та суспільних колах країн, що співпрацюють з країнами ЄС або є країнами-кандидатами до ЄС. Організація

---

<sup>132</sup> <sup>132</sup> Європейські комунікації: монографія. / Макаренко Є.А., Ожеван М.А., Рижков М.М. та ін. – К.: Центр вільної преси, 2006. - 536с.

створила мережу, в яку об'єднано 210 європейських центрів документації та інформації, що забезпечують інформаційні послуги для міжнародного співтовариства у режимі реального часу.

## **§ 2. Рамкові програми Європейського Союзу у сфері інформаційно-комунікаційних технологій**

У рамках ЄС реалізують близько 500 програм і проектів, спрямованих на всебічний розвиток інформаційного сектору, ефективність індустрії й впровадження високих технологій в усі сфери життєдіяльності країн-членів ЄС. ЄС розвиває програми наукових досліджень у галузі інформаційних технологій у різних контекстах за стратегічними напрямками європейського розвитку на основі інтелектуального потенціалу і об'єднання інформаційних ресурсів.

*Перша Рамкова програма (1984-87 рр.) охоплює:*

- проект «Euronet-Diane Community», який передбачав розвиток інфраструктури для надання інформаційних послуг у режимі он-лайн; створення джерел спеціалізованої електронної інформації, метою яких було стимулювання конкурентоспроможності європейських компаній у сфері інформаційних послуг;

- проект «ЕСНО Service», орієнтований на розвиток і поширення телематичних інформаційних послуг та знань із спеціалізованих баз даних ЄС. Перша Рамкова програма об'єднувала три галузі промислового розвитку – промислові технології, біотехнології та інформаційні й комунікаційні технології, що стали стратегічними для інвестицій ЄС<sup>133</sup>.

*Друга Рамкова програма (1987-91 рр.) здійснювалася шляхом реалізації проектів «IMPACT I», «Value Program I», «CORDIS»<sup>134</sup>:*

---

<sup>133</sup> Міжнародна інформація: терміни і коментарі. Навчальний посібник / Макаренко Є. А., Рижков М. М., Кучмій О. П., Фролова О. М. – Вид. 2-ге, доповн. та переробл. – К.: Центр вільної преси, 2016. – С. 243.

<sup>134</sup> Макаренко Є. А. Європейська інформаційна політика: монографія / Є. А. Макаренко. – К.: Наша культура і наука, 2000. – 368 с.

•проект «ІМРАСТ І» передбачав розвиток європейського ринку електронних інформаційних служб, мета якого залучення малого і середнього підприємництва до інформаційного сектору економіки та сприяння поширенню інформаційних послуг у суспільних сферах, таких, як туризм, транспорт, патентування, страхові ризики, медицина, освіта, муніципальне врядування. Цей проект включав чотири напрями співробітництва: 1) вдосконалення європейського ринку електронних інформаційних продуктів та послуг, систематизацію, аналіз і стандартизацію даних про інформаційні продукти та послуги в країнах ЄС; 2) створення законодавчої бази в галузі охорони даних, авторського права та суміжних прав, достовірності джерел; 3) створення системи документації і каталогів у традиційній та електронній формах, уніфікація технічних стандартів доступу до баз даних; 4) стимулювання ініціатив і співробітництва корпорацій в європейському регіоні. У проекті «ІМРАСТ І» визначені пріоритетні наукові дослідження з інформаційного права, які стосувалися виробництва і поширення інформаційних продуктів і послуг в електронній формі на пан'європейському рівні, прав інтелектуальної власності на документи і банки даних в інформаційних мережах і системах, забезпечення прав доступу до джерел інформації;

•проект «Value Program I» – аналіз результатів наукових і технологічних досліджень, спрямований на створення інтегрованої системи «документація – інформація – комунікація», відомої як Інформаційна служба ЄС з досліджень та розвитку «CORDIS». Результати проекту втілені в мережі центрів радіомовлення з метою наблизити ініціативи та результати діяльності ЄС до потенційних користувачів.

*Третя Рамкова програма*<sup>135</sup> (1990-94 рр.) передбачала вдосконалення стратегій наукових досліджень у галузі інформаційних технологій і здійснювалася через проекти «ІМРАСТ II», «Value Program II», «Brite-Euram», «Craft» і «ARCADE»:

---

<sup>135</sup> Міжнародна інформація: терміни і коментарі. Навчальний посібник / Макаренко Є. А., Рижков М. М., Кучмії О. П., Фролова О. М. – Вид. 2-ге, доповн. та переробл. – К.: Центр вільної преси, 2016. – С. 244.

- проект «ІМРАСТ II» передбачав здійснення систематичних ринкових досліджень і вивчення реального ринку потенційних користувачів у країнах ЄС, проведення конкурсних досліджень у прикладних галузях для пропозицій нових інформаційних послуг: геоінформаційні послуги та послуги мультимедіа, послуги Euro-info;

- метою проектів «Brite-Euram», «Craft» і «ARCADE» було надання безкоштовних послуг он-лайн дев'ятьма мовами, а також допомога в підготовці пропозицій за напрямом «Промислові технології».

*Четверта Рамкова програма*<sup>136</sup> (1994-98 рр.) – розвиток технологічних досліджень, координація діяльності в інформаційній сфері, допомога та обмін ноу-хау з країнами Центральної і Східної Європи, – включає стратегічні проекти ЄС: «ESPRIT I, II, III, IV», «Telematics», «ACTS», «IMT», «IDA», «ISIS», «IRISI», «INCO», «Copernicus I, II», «Socratus», «Leonardo», «Info-2000», «ISPO», «Libraries Program» і спрямована на розвиток інфраструктури комунікацій, нових комунікаційних технологій, застосування наукових досліджень у галузі комунікації в економічній сфері для підвищення міжнародної конкурентоспроможності ЄС:

- серед спеціалізованих проектів найбільш результативним є «ESPRIT» – Європейська стратегічна програма наукових досліджень і розробок у сфері інформаційних технологій, яка діяла з 1994 по 2000 рр. Мета цієї програми – розвиток базових інформаційних технологій для західноєвропейської промисловості, стимулювання науково-промислової кооперації, розробка міжнародних правових норм у галузі інформації і комунікації.

Керівництво програмою здійснювали Генеральний Директорат з промислового розвитку ЄК й Генеральний Директорат з інформаційного суспільства. У програмі зазначено, що ІТ відіграють найважливішу роль у забезпеченні конкурентоспроможності всіх галузей промисловості, товарів і послуг. Нові технології використовують в проектуванні й виробництві товарів,

---

<sup>136</sup> Макаренко С. А. Європейська інформаційна політика: монографія / С. А. Макаренко. – К.: Наша культура і наука, 2000. – 368 с.

входять до їх складу і є вирішальними у виборі засобів підприємництва. Як транснаціональні корпорації, так і малі та середні підприємства гостро потребують ефективного використання інформаційних технологій для конкуренції на світовому ринку. Успіх Європи залежить від своєчасного застосування нових технологій як європейською промисловістю загалом, так і різноманітними її галузями, які виробляють відповідні продукти і послуги. Саме тому «ESPRIT» інтегрувала науково-дослідні проекти і заходи, які сприяють активному впровадженню технологій, активізуючи співробітництво між виробниками та споживачами і стимулюючи інновації.

Робоча програма «ESPRIT» постійно змінювалася, вдосконалювалася й здійснювалася в рамках досліджень за напрямками:

- довгострокові дослідження – проекти, які забезпечували основу для нової хвилі промислових інновацій і набуття досвіду в тих галузях науки, які є найбільш перспективними. Цей напрям узгоджено з виробничими потребами регіону, зорієнтовано на формування майбутнього ринку;

- технології програмного забезпечення – проект, спрямований на високу якість, відповідний досвід і знання в галузі технологій у тих секторах європейської економіки, для яких розробки з програмного забезпечення становлять істотний компонент ділової активності;

- технології компонентів та підсистем – проекти, що стосувалися розвитку і широкого використання різноманітних рішень у галузі мікроелектроніки для електронних систем. Проект включав обладнання, матеріали і процеси, що використовуються у виробництві напівпровідників за допомогою систем автоматизованого проектування;

- мультимедійні системи – проект розвитку технологій і засобів, необхідних виробництву для створення систем кінцевого використання;

- ініціатива «Відкриті мікропроцесорні системи» – проект, стратегічною метою якого було забезпечення Європи науковим потенціалом у галузі мікропроцесорної техніки;

- високопродуктивні робочі станції і мережі – проект із перспективних напрямів використання систем моделювання експериментів і тестування, обробки великих обсягів даних;

- технології для бізнес-процесів – проект, спрямований на реорганізацію і трансформацію підприємств з метою використання переваг інформаційних технологій, реінжинірингом бізнес-процесів і кадрових ресурсів тощо.

Значна частина програми присвячена заходам, розробленим для посилення взаємодії між користувачами і розробниками, широкому впровадженню результатів, створенню експериментальних зразків і прискоренню адаптації товарів і процесів на ринку. У програмі брали участь промислові компанії, середні та малі підприємства, науково-дослідні інститути й університети. Зросло співробітництво між користувачами і постачальниками інформаційних послуг; така форма співробітництва найбільш ефективно вплинула на зростання кількості інновацій і нових робочих місць;

• новий вид послуг програми «ESPRIT-PROSOMA» здійснював збирання детальної інформації про результати програми і аналіз досліджень на основі технологій мультимедіа. Служба програми «ESPRIT-PROSOMA» була створена, щоб сприяти промисловості в отриманні максимальної вигоди з результатів, досягнутих у реалізації програми. «PROSOMA» допомагала компаніям у пошуках інноваційних рішень у сфері інформаційних технологій, зокрема, «PROSOMA» використовувалася для вивчення досвіду інших підприємств щодо впровадження і використання інформаційних технологій. Діяльність у межах цієї програми сприяла інтеграції не тільки країн-членів ЄС, а й різних міжнародних організацій. Програма покликана здійснити конкретні заходи з метою інтеграції, залучення інвестицій для реалізації науково-дослідних розробок, спрямування розвитку виробничих відносин та формування інформаційного суспільства;

• проект «INCO» охоплював усю Європу, включаючи незалежні держави колишнього Радянського Союзу, неєвропейські індустріалізовані країни та

країни, що розвиваються. У ньому окреслені основні напрями співробітництва: наукове і технологічне співробітництво в Європі. Мета – розвиток наукового і технічного потенціалу країн Центральної і Східної Європи та країн-учасниць СНД; співробітництво з неєвропейськими індустріалізованими країнами «третього світу» з метою оптимізувати зусилля програми ЄС з наукових досліджень. Таке співробітництво обумовлює консультації, обмін експертами, навчання і спільну участь у дослідницьких програмах; наукове і технологічне співробітництво з країнами, що розвиваються, для вирішення їхніх актуальних проблем;

- проект «Socrates» (1995-1999 рр.) включав три напрями діяльності: вдосконалення транснаціонального співробітництва між університетами шляхом обміну («Erasmus»); заохочення зв'язків між середніми освітніми закладами («Comenius»); допомога в опануванні іноземними мовами («Lingua»);

- проект «Copernicus» передбачав надання наукової і технічної допомоги країнам Центральної та Східної Європи. Типовим прикладом досліджень «Copernicus» є проект «Геоінформаційні системи», що втілювався в життя спеціально створеною міжнародною групою (Geographical Information System International Group). Метою цього проекту було сприяння процесові обміну інформацією в рамках геоінформаційної системи та суміжних сферах, а також поєднання технологічних можливостей країн ЄС з досвідом країн Центральної та Східної Європи у фундаментальних галузях знань. Пріоритетними напрями діяльності проекту «Copernicus» – обмін та поширення знань, сприяння освітній та дослідницькій діяльності;

- проект «INFO-2000» спрямований на допомогу європейській індустрії у створенні та розвитку високоякісної мультимедійної продукції і послуг, а саме: перехід від друкованих до електронних публікацій і нових видів інтерактивних послуг. Проект включав: стимулювання попиту на інформаційні послуги і продукти; забезпечення доступу до публічної інформації за допомогою мультимедіа; збагачення мультимедійного потенціалу Європи;

- пріоритетні напрями інших проектів: «ISPO» – вільний телефонний зв'язок, використання e-mail для прискореного збирання та передачі інформації, формування інформаційного пакету документів; «ACTS», «IDA» – передача даних, обмін даними, функціонування мереж; «ISIS» – підтримка освіти, електронної комерції та інформаційних технологій; «IRISI» – стратегія прискорення економічного і соціального розвитку європейських регіонів на основі партнерських зв'язків та обміну досвідом; «Telematics», «IMT» – приладобудування в інформаційній індустрії, інформаційні технології і матеріали в промисловості; «Libraries Program» – створення бібліотечних автоматизованих систем, сумісних із стандартами ISO.

*П'ята Рамкова програма*<sup>137</sup> (1998-2002 рр.) передбачала створення пан'європейської мережі TENs, інформаційної супермагістралі та реалізувалася через проект «TEN-Telesom», основними напрямками якого було впровадження і розвиток діяльності суспільства на основі телекомунікаційних мереж; зв'язок технологій із комерцією у глобальних мережах; створення комплексу пан'європейських послуг; контроль за довкіллям та надання допомоги в екстремальних ситуаціях; створення локальних, міських та регіональних мереж на базі пан'європейської телекомунікаційної мережі; розвиток дистанційної освіти та збереження культурної спадщини; управління виробничими процесами і залучення європейських країн до глобального комунікаційного співробітництва. Проект «TEN-Telesom» підтримує стратегію європейської інтеграції та забезпечення лідерства Європи на світових ринках.

*Шоста Рамкова програма*<sup>138</sup> (2003-2007 рр.) відзначалася революційним змістом і мала за мету об'єднання європейських інтелектуальних ресурсів і застосування наукового потенціалу Європи для реалізації програми становлення інформаційного суспільства і забезпечення лідерства у світовій конкуренції. Основними напрямками наукових досліджень для країн-членів,

---

<sup>137</sup> Макаренко Є. А. Європейська інформаційна політика: монографія / Є. А. Макаренко. – К.: Наша культура і наука, 2000. – 368 с.

<sup>138</sup> Міжнародна інформація: терміни і коментарі. Навчальний посібник / Макаренко Є. А., Рижков М. М., Кучмії О. П., Фролова О. М. – Вид. 2-ге, доповн. та переробл. – К.: Центр вільної преси, 2016. – С. 245.



країн-кандидатів та країн-партнерів визначено: 1) створення єдиного європейського наукового простору; 2) розробка і планування інтегрованих європейських програм; 3) координація національних та європейських досліджень щодо еволюційних змін у суспільстві й впливу нових технологій на цивілізаційний розвиток; 4) розробка стратегій єдиної зовнішньої політики, регіональної безпеки, загального інформаційного права, монетарної політики і європейської інформаційної політики; 5) подолання нерівності між інформаційно багатими та інформаційно бідними країнами й забезпечення конкурентоспроможності останніх в європейському регіоні; 6) вирішення проблеми зайнятості та соціальної єдності суспільства на основі економічних реформ, еволюції інновацій і високих технологій.

У рамках програми продовжено реалізацію проектів «IST» (технології інформаційного суспільства) та «ASIS» (формування бази для реалізації ідеї стабільного інформаційного суспільства):

- проект «IST» (Information Society Technologies) передбачав прискорений розвиток інформаційних технологій і популяризацію ідеї інформаційного суспільства як чинника високої якості життя. IST орієнтований на розвиток чотирьох основних напрямів наукових досліджень: 1) впровадження високих технологій для ефективного зростання промисловості та бізнесу з одночасним поліпшенням умов і організації праці у соціальній сфері; 2) забезпечення доступу європейської спільноти до високоякісного інформаційного та комунікаційного сервісу; 3) забезпечення провідних позицій Європи в галузі мультимедійних технологій як основи інформаційного суспільства, зокрема для діяльності культурної і творчої сфери; 4) підтримка подальшого розвитку високих технологій як базових компонентів інформаційного суспільства, ефективність їх практичного використання і здійснення комплексу заходів щодо їх широкого використання в Європі;

- проект «ASIS» заснований на принципах розуміння інформаційного суспільства як нового технологічного, політичного, економічного та соціально-культурного укладу, який обумовлює значні можливості для стабільного

розвитку. Проект спрямований на об'єднання і координацію дій країн-членів ЄС та країн-партнерів для реалізації ідеології інформаційного суспільства; впровадження високих технологій для інтенсивного розвитку усіх секторів економіки; формування політичної інформаційної ідеї як усвідомленого вибору суспільства<sup>139</sup>.

*Сьома рамкова програма (2007-13 рр.)* мала на меті – побудову єдиного Європейського науково-дослідного простору (ERA). Основними цілями такої співпраці є: 1) стратегічна співпраця з провідними інституціями та науковцями країн з-поза меж ЄС для зміцнення наукової, технологічної та дослідницької конкурентоздатності ЄС; 2) інтенсифікація «виробництва знань» в Європі завдяки більшій співпраці європейських університетів, дослідницьких інституцій та компаній із партнерами з третіх країн; 3) розв'язання конкретних проблем, із якими стикаються країни з-поза меж ЄС, і що вимагають науково-дослідницької співпраці. Основну ідею програми висловлено в її гаслі: «Знання – це найбільший ресурс Європи»<sup>140</sup>.

Сьома Рамкова програма складалася з чотирьох основних блоків: 1) «співробітництво»: зміцнення європейських наукових досліджень та технологічного розвитку шляхом підтримки співпраці між університетами, промисловістю, науково-дослідними інститутами і центрами, а також органами державної влади по всій Європі та за її межами. Для цієї програми визначено дев'ять тематичних пріоритетів: ІКТ, нанотехнології та нанонауки, нові матеріали і виробничі процеси, енергетика, навколишнє середовище (включаючи зміни клімату), транспорт (включаючи аеронавтику), гуманітарні та соціально-економічні науки, безпека і космос; 2) «ідеї»: підтримка передових досліджень кращих європейських наукових колективів; розширення транс'європейського співробітництва для підтримки досліджень, спрямованих на створення нових знань, які відкривають передові можливості для

---

<sup>139</sup> Макаренко Є. А. Європейська інформаційна політика: монографія / Є. А. Макаренко. – К.: Наша культура і наука, 2000. – 368 с.

<sup>140</sup> Міжнародна інформація: терміни і коментарі. Навчальний посібник / Макаренко Є. А., Рижков М. М., Кучмій О. П., Фролова О. М. – Вид. 2-ге, доповн. та переробл. – К.: Центр вільної преси, 2016. – С. 245.

технологічного розвитку та вирішення соціальних та екологічних проблем;

3) «кадри»: зміцнення кадрового потенціалу європейської науки і технологій, щоб зробити Європу більш привабливою для дослідників; розвиток міжнародного співробітництва, включаючи стипендії дослідникам, які приїжджають для проведення наукових робіт в Європу, і виїжджають з Європи на час для проведення наукових робіт за кордоном, а також обмін дослідниками;

4) «можливості»: оптимальне використання і розвиток науково-дослідних інфраструктур, зміцнення інноваційних можливостей малих і середніх підприємств, розвиток регіональних науково-дослідних кластерів («регіонів знань»), поліпшення науково-дослідного потенціалу в регіонах конвергенції ЄС, поглиблення інтеграції науки і суспільства.

Також є спеціальні програми: Євратом та Спільний дослідницький центр.

*Восьма рамкова програма* (2014-20 рр., відома як «Горизонт 2020») є фінансовим інструментом реалізації флагманської ініціативи Інноваційного союзу, «Європа 2020» з метою зміцнення конкурентоспроможності Європи у глобальному вимірі, її економічного зростання та створення нових робочих місць.

Програма «Горизонт 2020» покликана сприяти збільшенню кількості передових технологій, відкриттів і перспективних розробок шляхом просування ідей з наукових лабораторій до ринку. Заснована на трьох ключових пріоритетах: 1) передова наука: «Горизонт 2020» стимулює проведення наукових досліджень найвищого рівня, залучення талановитих і обдарованих особистостей та створення для вчених як у Європі, так і за її межами сприятливого середовища для зміцнення співпраці та обміну ідеями. Програма покликана сприяти підвищенню конкурентоспроможності інноваційних підприємств, створенню нових робочих місць та зростанню якості життя і добробуту; 2) лідерство в промисловості: перспективні і стратегічні технології відіграють найважливішу роль у розвитку промисловості та економіки в цілому. Новітні технології виробництва, вдосконалені матеріали, біо- та нанотехнології лежать в основі продукції, яка змінює процес формування

галузі: смартфони, високоефективні батареї, легкові автомобілі, наномедицина, інтелектуальна тканина та багато іншого. Однак лише державного фінансування недостатньо: необхідно стимулювати бізнес до збільшення обсягів інвестування в дослідження, приділяючи особливу увагу тим напрямкам, в яких можливий розвиток інновацій. Це, у свою чергу, призведе до створення нових робочих місць і надасть нові можливості освоєння ринку; 3) суспільні виклики: підхід, заснований на вирішенні конкретних суспільних проблем, вимагає об'єднання ресурсів і компетенцій у різних галузях знань, технологіях і дисциплінах, включаючи суспільні та гуманітарні науки. Подібна діяльність характеризується різноманіттям – від проведення досліджень до виведення на ринок нового продукту – з акцентом на заходи, безпосередньо пов'язані з інноваціями, зокрема такі як створення пілотних і демонстраційних зразків, перевірка на випробувальних стендах, а також підтримка державних закупівель та ринкового попиту.

Отже, інформаційні програми ЄС включають широкий спектр співробітництва європейських країн для розвитку передових інформаційних та комунікаційних технологій, стимулювання політики глобальних інновацій, адаптацію європейських ринків до нових соціально-економічних умов і подальший розвиток наукових інтерактивних досліджень. Загалом, ефективні механізми втілення програм забезпечують їх практичну реалізацію та перспективи постійного вдосконалення відповідно до швидкоплинних змін політичного та економічного розвитку світового співтовариства, що свідчить про ступінь їхньої адаптивності та прогнозованості до 2025 р.

### **§ 3. Комунікаційна політика Європейського Союзу**

**Комунікаційна політика Європейського Союзу<sup>141</sup>** – комплекс принципів та заходів, зорієнтованих на об'єктивне та неупереджене поширення інформації

---

<sup>141</sup> Карпчук Н. П. Засади комунікаційної політики: досвід країн-членів Європейського Союзу: монографія / Н. П. Карпчук. – Луцьк : Вежа-Друк, 2015. – С. 56.

про діяльність та політики ЄС, встановлення прозорих стосунків між інституціями ЄС та громадянським суспільством і бізнесом, дослуховування до потреб та вимог громадян, залучення громадян до процесів прийняття важливих рішень.

Суб'єктами комунікаційної політики Європейського Союзу є інституції ЄС. Об'єктами комунікаційної політики ЄС є уряди держав-членів, місцеві органи влади, громадяни, мас медіа, бізнес, неурядові організації тощо.

Комунікаційна політика ЄС зорієнтована на виконання таких функцій:

- функція надання публічності: забезпечуючи трансляцію та циркуляцію інформаційного контенту в просторі соціальних комунікацій, комунікаційна політика надає різним процесам, явищам та об'єктам певної публічності, гласності, інформаційної відкритості та прозорості. Для інституцій ЄС публічний характер є одним із головних факторів їх демократичного розвитку, спосіб подолання «дефіциту комунікації»;

- функція впливу на громадську думку: формування, зміцнення чи зміна установок, розуміння та дій соціальних суб'єктів стосовно політичних, економічних, соціальних рішень ЄС, зокрема, переконання у невідворотності та перевагах євроінтеграційного процесу;

- інклюзивна функція: формуючи єдиний інформаційно-комунікаційний простір через впровадження нових технологій в управління, вироблення інформаційного контенту та вплив на громадську думку, подачу контенту мовою, зрозумілою для споживача інформації, підтримання культурних традицій, ефективну взаємодію з мас-медіа, комунікаційна політика ЄС сприяє згуртуванню народів держав-членів та просуванню ідеї європейської інтеграції;

- функція підтримання стабільності: узгодження, координація, гармонізація інтересів, позицій і діяльності суб'єктів та об'єктів комунікаційної політики ЄС, регулювання політичних відносин, інтеграція суспільства або соціальних груп, оптимізація управлінської діяльності й політичних рішень на рівні Союзу.

Основною метою комунікаційної політики ЄС визначалося подолання «дефіциту комунікації» між ЄС та громадянами. Конкретними завданнями комунікаційної політики ЄС стали: 1) комунікація з громадянами держав-членів ЄС про переваги євроінтеграції (особливо актуальна після провальних референдумів з Конституційного договору у Франції та Нідерландах у 2005 р.); 2) посилення демократизації у державах-членах через активне залучення громадян до процесів прийняття важливих політичних та економічних рішень<sup>142</sup>.

Цілями комунікаційної політики ЄС є надати можливість громадянам: отримувати правильну та зрозумілу / чітку інформацію про свої права, обов'язки та можливості; мати доступ до інформації про діяльність та політику ЄС; залучатися до участі у формулюванні політик, домовленостей та послуг.

В основі комунікації ЄС та комунікаційної політики ЄС покладено такі принципи: 1) право на інформацію та свобода висловлювання, які є наріжним каменем комунікаційної політики і закріплені ст. 11 Хартії ЄС про основоположні права; 2) інклюзивність, яка передбачає, що усі громадяни ЄС мають право отримувати інформацію, що становить громадський інтерес, своїми мовами та різноманітними каналами; усім має надаватися допомога у розвитку навичок доступу до та використання інформації; 3) різноманітність означає, що комунікаційна політика ЄС має поважати усі точки зору усіх громадян протягом публічних обговорень; 4) участь: громадяни повинні мати право висловити свої точки зору, бути почутими та вступати в діалог з тими, хто приймає важливі рішення. На рівні ЄС, де існує ризик віддаленості інституцій від громадян, цей принцип набуває особливої важливості.

Упродовж переходу від Європейської Економічної Спільноти до Європейського Союзу в ЄЕС комунікація не вважалася стратегічною ціллю. Доказом цього є те, що з 1958 р. до 1999 р. не було жодного комісара, який би відповідав за комунікацію. Основний акцент робився на «інформації»,

---

<sup>142</sup> Карпчук Н. П. Засади комунікаційної політики: досвід країн-членів Європейського Союзу: монографія / Н. П. Карпчук. – Луцьк : Вежа-Друк, 2015. – С. 56-58.

Інформаційна служба Європейської Спільноти з вугілля та сталі мала на меті «заспокоювати ворогів інтеграційного процесу». З часом постала проблема боротьби із спротивом громадськості європейському проекту, що змусило докласти спеціальних інформаційних зусиль (які науковці часто ототожнюють із пропагандою) і створити службу спікера, обов'язками якого стала монополія на інформування. У 1950-ті-60-ті рр. спостерігалася інституалізація брифінгів для преси, де служба спікера та вузьке коло євроінтузіастів розпочали встановлювати тісні робочі (іноді особисті) стосунки, що породило певну проблему із комунікацією: служба не шукала взаємодії із широкою публікою, яка мала доступ лише до обмеженої, відібраної інформації про проекти миру та процвітання.

Прийняття Єдиного Європейського Акту у 1986 р. й шлях до політичного Союзу в 1990-их рр. спровокували переосмислення інформаційної політики ЄС; не можливо створити єдиний внутрішній ринок до 1992 р. без підтримки європейських економічних акторів та громадян. Комісія почала будувати переконливішу комунікаційну стратегію навколо двох головних ідей<sup>143</sup>:

1) «інформація»: збільшено випуск педагогічних брошур для загальної громадськості; розпочалася ініціатива «Телебачення без кордонів», яка сприяла появі спільного аудіовізуального простору; модернізовано кімнату преси в Брюсселі; визначено обов'язки служби спікера захищати Комісію та її президента, здійснювати щоденний моніторинг результатів інституційної інформації у медіа;

2) «спокушання»: ЄС розглядають як «бренд-продукт» і цільовою аудиторією обирають журналістів та редакторів (щоб вони стали «щирими прихильниками справи»), жінок (через їхнє «інтуїтивне» та «інстинктивне» мислення, ненависть до війни та любов до сім'ї), молодь, підприємців, фермерів та іншу чітко визначену аудиторію. Як результат, Комісія збільшила кількість подій та кампаній типу «інфотейнмент» з приводу символічних питань ЄС, які

---

<sup>143</sup> Актуальні проблеми формування та розвитку європейського інформаційного простору : кол. моногр. / за заг. ред. Є.Б. Тихомірової. – Луцьк : ВМА «Герен», 2012. – С. 50-112.

б створили позитивний імідж, а саме: конференції щодо єдиної валюти, зустріч «Великої Сімки» з інформаційних магістралей тощо..

Проте ратифікація Маастрихтського договору 1992 р. засвідчила неефективність такого підходу, адже договір не був ратифікований відразу всіма державами-членами, що розпочало дискусії про дефіцит демократії проекту ЄС. Завдяки прискореній європеїзації на початку 1990-х рр. лідери Комісії, включаючи депутатів Європарламенту, знову зосередили свою увагу на політичній ролі, яку відіграють інформація та комунікація ЄС.

Комісія додала до двох попередніх ключових ідей комунікації («інформація» та «спокушання») ще два елементи до комунікаційної стратегії: «комунікація» у значенні «слухання та діалог» та «транспарентність», що означає повну відкритість процесу прийняття рішень, про що йдеться у Декларації № 17 Маастрихтського договору. Вперше з часу Римського договору 1957 р. виявилось, що сутність поширення інформації не лише в переконанні громадян будь-якими засобами, а в залучення їх та заохоченні до участі в інтеграційному процесі. Однак комунікаційна діяльність Комісії спершу страждала від європейської бюрократії, розпорошення адміністративної та політичної влади та відсутності професіоналізму персоналу і, що важливо, відсутності розуміння суті публічної комунікації.

Якісно-кількісний стрибок у напрямку активної комунікаційної політики був зроблений у другій половині 1990-их рр. програмою «Priority Information Programs for the Citizens of Europe» (*PRINCE*), ініційованою Європейським парламентом, який завжди був прихильником активної інформаційної політики. «PRINCE» охоплювала такі теми, як внутрішній ринок («Citizens First»), Амстердамський договір та інституційна реформа («Building Europe Together») та євро. В основу «PRINCE» були покладені принципи взаємодії Комісії, Європарламенту та Ради, співпраця с національними урядами, спілкування з широкими верствами населення. Програма здійснювалася як державами-членами, що мали можливість відобразити національні особливості своїх країн, так і зусиллями Представництва Комісії в державах-членах, а також офісами



Парламенту, щоб забезпечити повністю децентралізовану підтримку діяльності у кожній з п'ятнадцяти країн. У реалізації «PRINCE» брали також широку участь неурядові громадські організації по всій території ЄС, загалом завдяки проектам, що були спрямовані на поглиблення особистої зацікавленості людей у фактичному матеріалі, пов'язаному з кожною кампанією. Комісія підписала так звані «конвенції» зі спільної інформації про євро з усіма урядами окрім Великої Британії та Данії.

Особливого успіху в рамках Програми «PRINCE» набула інформаційна підтримка введення євровалюти «Євро, одна валюта для Європи» (The euro, one currency for Europe). Пріоритет комунікаційної та інформаційної діяльності був обумовлений потребою у сприянні економічному і фінансовому співтовариству у підготовці для переходу до єдиної валюти, щоб зрозуміти, прийняти і використовувати євро. Ключова роль відводилась ЗМІ як основному джерелу інформації про ЄС. Деякі з нововведень кампанії PRINCE, довівши свою успішність, були переведені на постійну основу:

- сайти (зокрема, так звана зона євро на інтернет-сервері Еуропа, які забезпечують веб-інформацією та надають можливість діалогу, наприклад, шляхом інтерактивного «yourvoice» і «Futurum», надають доступ до широкого спектру матеріалів, спрощують постановку питань і висловлювання своєї думки;

- безкоштовні телефонні лінії в кожній державі-члені з використанням 11 мов виклику;

- прямі відповіді поштою та електронною поштою, використання телефонів, факсів тощо;

- посилання на інформацію та консультації у приміщеннях ЄС, на національному, регіональному та місцевому рівнях;

- брошури та листівки всіма офіційними мовами;

- відповіді на запити осіб про те, як здійснювати свої права і скористатися можливістю їхньої реалізації в ЄС (наприклад, визнання дипломів, отримання соціального забезпечення тощо);

- встановлення зворотного зв'язку на основі питань, заданих громадянами (і підприємствами), які допоможуть виявити проблеми ЄС і законодавства, що потребує поліпшення і застосування якого на національному рівні є незадовільним;

- інструменти для спілкування на низовому рівні, такі як організація пересувних виставок або «eurobuses».

Завдяки програмі «PRINCE» Європейська комісія вперше отримала фінансові можливості для інформаційних кампаній, щоб інформувати громадян про різні сфери діяльності ЄС.

Проте у липні 1999 р. у голосуванні на виборах до Європейського Парламенту взяло участь лише 49% усіх, хто має право голосувати, відсоток був дещо вищим лише в Бельгії, Греції та Люксембурзі, де голосування обов'язкове<sup>144</sup>.

Першим практичним втіленням комунікаційних намірів стало об'єднання Генерального директорату Х та служби спікера у новий Генеральний директорат преси й комунікації (2000 р.) під прямим політичним керівництвом президента Комісії. Завдяки своїй структурі новий ГД мав забезпечувати кращу координацію між усіма інформаційно-комунікаційними службами, одночасно здійснюючи керівництво сайтом Еуропа та підтримуючи зв'язки з еквівалентними службами інших організацій. Розпочалася професіоналізація персоналу, що відповідав за комунікацію, через внутрішні тренінги та зростаючу довіру до інформаційних мереж з боку неурядових організацій та держав-членів.

У липні 2001 р. ЄК ухвалила процес передачі інформації в нових рамках співпраці щодо діяльності, яка стосується інформаційної та комунікаційної політики; закликала інституції ЄС та держави-члени об'єднати свої зусилля, щоб відрегулювати інформаційно-комунікаційну політику. Вперше було визнано важливу роль, яку відіграють держави-члени в поширенні інформації

---

<sup>144</sup> Актуальні проблеми формування та розвитку європейського інформаційного простору : кол. моногр. / за заг. ред. Є.Б. Тихомирової. – Луцьк : ВМА «Герен», 2012. – С. 50-112.

про ЄС. Наголошено, що основою інформаційно-комунікаційної політики є зобов'язання наблизити Європу до громадян, тому усі структури та інституції ЄС повинні подавати зрозумілу, необхідну інформацію, яка стосується інтересів громадян. У документі вказано, що уся зовнішня інформація повинна поділятися на три групи: 1) загальна інформація (зорієнтована на широку громадськість, окрема інформація адресована жінкам та дітям) пояснює політики, роль та діяльність інституцій та особливу увагу приділяє правам та можливостям громадян; 2) інформація для спеціалістів, яка детально пояснює окремі аспекти політик ЄС для зацікавлених спеціалізованих груп; 3) інформація для преси: моментальні новини та спеціалізовані бекграунди.

У липні 2002 р. Комісія поінформувала про нову стратегію інформаційно-комунікаційної політики, яка однак не змінила низьку підтримку громадськості. Мета стратегії – створити публічний форум для європейських дебатів. Однак першочергова ціль – персуазивна комунікація: будь-яке повідомлення слід створювати та контролювати, щоб здобути прихильність громадян Європи. Нова інформаційно-комунікаційна стратегія була зосереджена на ідеї «інформаційного дефіциту» ЄС і ЄК шукала нові засоби залучення громадян до отримання інформації. Проте інформаційна стратегія Комісії виявилася незадовільною, бо у той час, коли інституції ЄС докладали зусиль для розвитку широкої мережі альтернативних, сучасних, дійсно європейських каналів (наприклад, сервер Еигора), огляди громадської думки продемонстрували, що громадськість надає перевагу традиційним ЗМІ. Заради досягнення транспарентності Комісія вирішила поширювати будь-яку інформацію, проте з чітко визначеною інтерпретацією, щоб не допустити ніякого різнотлумачення ЗМІ. Як наслідок, те, що розпочиналося як комунікація, завершилося як інформація.

«Дефіцит комунікації» створив серйозну комунікаційну проблему для Комісії в 2004 р., спровоковану Директивою з послуг на внутрішньому ринку, яку Колегія прийняла після низки внутрішніх консультацій 13 січня 2004 р. У березні 2004 р. бельгійські профспілки заявили у прес-релізі про

«неприйнятність» пропозиції, розпочавши антиліберальну хвилю. Вуличні демонстрації докотилися Франції та Лондонського Європейського Соціального Форуму. Після неефективної комунікації щодо Директиви про послуги та відхилення Конституційного Договору ЄК визначила кращу комунікацію серед своїх пріоритетів. Результатом цього стало: 1) створення портфоліо для Комунікаційної стратегії та міжінституційних відносин, за що відповідала Марго Волстром, шведський комісар; 2) рішення розвивати власну комунікаційну політику. Після низки публічних консультацій та конференцій із зацікавленими сторонами (включаючи представників громадянського суспільства) комісар М. Волстром та її персонал розробили низку документів щодо покращення комунікації.

У серпні 2004 р. Комісія прийняла *«Інформаційно-комунікаційну стратегію»*, мета якої підтримати перехід на євро у країнах-членах, переконавши громадськість у перевагах євро і Економічного та монетарного Союзу. Основою цієї Стратегії є децентралізація та делегування ініціативи, послідовність та гнучкість послань, партнерські угоди з державами-членами та багатофункціональний мультимедійний підхід.

У 2005 р. представлено *«План Дій покращення комунікації ЄС»*, головною метою якого було гарантувати ефективну комунікацію про Європу, що підтримується в межах Комісії сучасним та більш професійним підходом в усіх департаментах. У Плані йдеться про те, що «комунікація є більше ніж інформація: вона встановлює стосунки та ініціює діалог з громадянами Європи, вона уважно їх вислуховує та контактує із людьми ... вона є суттєвою частиною політичного процесу». Новий підхід передбачає дотримання трьох стратегічних принципів: 1) слухання, бо комунікація це діалог і громадяни Європи хочуть, щоб їх почули та щоб їхня активна участь вплинула на політику ЄС; 2) комунікація: громадян слід інформувати в доступній формі про вплив політик та діяльності ЄС на їх повсякденне життя; 3) зв'язок з громадянами на локальному рівні: уся діяльність ЄС повинна орієнтуватися на вирішення

демографічних, національних та локальних проблем через канали, яким громадяни надають перевагу, та мовою, яку вони розуміють<sup>145</sup>.

У жовтні 2005 р. ЄК прийняла *«План Д для діалогу, демократії та дебатів»*, метою якого було заохотити держави-члени до організації широких публічних дебатів про майбутнє ЄС, залучивши громадян, громадянське суспільство, соціальних партнерів, національні парламенти та політичні партії за підтримки інституцій ЄС. В основі Плану Д – стратегічні принципи Плану Дій, тому й основна ідея Плану Д була «слухати краще», «пояснювати краще» та «дійти до місцевого рівні», щоб залучити громадян. План стимулював консультації про майбутнє Європи, які були додатковим елементом до консультацій прихильників та загальної аудиторії щодо пропозицій окремих політик. План Д поширювався через шість транснаціональних проектів європейських громадян, керівництво якими здійснювали організації громадянського суспільства. Мета проектів – випробувати інноваційні методи консультацій та надати змогу людям з різних національних публічних сфер зв'язатися між собою як громадяни Європи та обговорити майбутнє ЄС.

1 лютого 2006 р. Комісія запропонувала *«Білу книгу з Європейської комунікаційної політики»*, основна мета якої – зробити крок вперед і запросити всіх гравців запропонувати власні ідеї щодо співпраці для заповнення розриву в комунікації з громадянами. На противагу Плану Дій, який був зорієнтований на покращення комунікації Комісії, Біла книга адресується усьому ЄС, включаючи інші центральні інституції, держави-члени, європейські політичні партії та громадянське суспільство. Результатом має стати порядок денний, зорієнтований на кращу комунікацію для посилення громадського обговорення в Європі.

Необхідність оприлюднення Білої книги була зумовлена низкою комунікаційних проблем в межах ЄС: зниження довіри до політиків та урядів в усіх західних демократіях; унікальна, проте складна система прийняття рішень

---

<sup>145</sup> Актуальні проблеми формування та розвитку європейського інформаційного простору : кол. моногр. / за заг. ред. Є.Б. Тихомирової. – Луцьк : ВМА «Терен», 2012. – С. 50-112.

у ЄС, яку важко зрозуміти; лінгвістичні бар'єри, які ускладнюють розробку політик; ті, хто приймають рішення на національному рівні, часто звинувачують ЄС у своїх невдачах; однак, якщо їхні рішення є успішними, то вважаються суто їхньою заслугою; відсутність справжніх загальноєвропейських політичних партій, загальноєвропейські референдуми та вибори сприймаються лише через призму власних національних інтересів; відсутність потужних загальноєвропейських медіа, місцеві ЗМК розглядають політики ЄС лише в контексті власних політичних систем; недооцінювання ролі держав-членів у інформуванні про ЄС; інформаційно-комунікаційна стратегія ЄС завжди тяжіла до централізованого інформування та PR-діяльності, а не формування справжньої публічної сфери, зосередженій на інтересах громадян.

Зважаючи на ці недоліки, у Білій книзі ЄК пропонує фундаментально новий підхід: рішучий відхід від однобічної комунікації до посилення діалогу; від комунікації, зосередженій на інституціях, до комунікації, зосередженій на громадянах; від підходу Брюсселя до більш децентралізованого підходу. Комунікація має стати політикою ЄС на службі громадян. Вона повинна базуватися на справжньому діалозі між людьми та політиками і на живих дискусіях між самими громадянами. Усі прошарки суспільства повинні мати право на чесну та повну інформацію про ЄС і бути впевненими, що їх погляди та переживання почуті інституціями ЄС. Біла книга розпочала консультативний процес, який має покращити залучення основних акторів, що приймають політичні рішення, зокрема національні та європейські парламенти<sup>146</sup>.

У жовтні 2007 р. Комісія прийняла Комунікаційну стратегію «Комунікація з Європою в партнерстві», загальна мета якої – посилити зв'язок та взаємодію між діяльністю різних інституцій ЄС та держав-членів, щоб запропонувати громадянам кращий доступ та краще розуміння впливу політик ЄС на європейському, національному та місцевому рівнях. Зокрема у цьому документі інституції ЄС визнають, що комунікація у ЄС вимагає політичної прихильності

---

<sup>146</sup> Карпчук Н. П. Засади комунікаційної політики: досвід країн-членів Європейського Союзу: монографія / Н. П. Карпчук. – Луцьк : Вежа-Друк, 2015. – С. 109-146.

інституцій ЄС та держав-членів, а держави-члени несуть відповідальність за спілкування з громадянами. Інституції ЄС вважають, що комунікаційні заходи з європейських питань повинні надати кожному доступ до різноманітної інформації про ЄС і дати змогу громадянам реалізувати право на висловлювання та брати участь в громадських дебатах з питань ЄС. Інституції ЄС сприяють багатомовності та культурному різноманіттю у здійсненні комунікації. Ефективна комунікація здійснюється лише за партнерського підходу інституцій ЄС та держав-членів. Кожна інституція ЄС та держава-член несуть індивідуальну відповідальність за свою комунікаційну стратегію та пріоритети.

Основний меседж документу – більше інформації та краща комунікація, щоб підвищити інтерес європейців до ЄС, зробити їх обізнаними з досягненнями Союзу для щоденного життя громадян; слід переконати європейців у цінності спільного європейського проекту, гарантуванні миру та захисті унікального способу життя та співпраці.

Упродовж 2007-2013 рр. діяла програма «Європа для громадян», мета якої – наблизити Європу до громадян, надати їм можливість брати активну участь в будівництві Європи. Громадяни можуть залучатися до міжнаціональних обмінів та спільної діяльності, сприяючи розвитку відчуття приналежності до спільних європейських ідеалів та підтримуючи процеси європейської інтеграції. Створено пункти «Європи для громадян», де надаються поради та допомога у розробці проектів, підготовці заявок та налагодженні партнерських зв'язків.

Програма підтримує такі дії:

Дія 1 «Активні громадяни для Європи»: залучення громадян до діяльності, що пов'язана з містами-побратимами чи через інші громадянські проекти.

Дія 2 «Активне громадянське суспільство в Європі»: підтримка організацій громадянського суспільства через робочу програму європейського рівня чи через окремі проекти.

Дія 3 «Разом для Європи»: широке висвітлення подій, навчань та представлення інформаційних матеріалів.

Дія 4 «Активна європейська пам'ять»: проекти, націлені на збереження місць та архівів, пов'язаних з депортацією та вшануванням жертв нацизму й сталінізму.

Програма «Європа для громадян» продовжилася і на період 2014 – 2020 р. й підтримує два тематичних напрями: «європейська пам'ять», акцентуючи увагу на європейському історичному походженні, та «демократичне зобов'язання і громадянська участь», націлена на просвітництво громадян у сфері політик та ЄС та залучення до процесу вироблення політичних рішень.

З квітня 2012 р. діє «Європейська громадянська ініціатива», її мета – залучити громадян до постановки політичного порядку денного на рівні ЄС, надаючи їм право законодавчої ініціативи через пряме звернення до Комісії, через визначення пріоритетних тем наднаціонального рівня.

З 2011 р. Генеральний директорат з комунікації перейшов в управління Віце-президента з питань юстиції, фундаментальних прав та громадянства. Стратегія віце-президента полягала в тому, щоб гарантувати, що комунікація стає невід'ємною частиною розробки та пояснення політики Комісією. Суттєвим компонентом такого підходу є інтеграція комунікації в усі політичні ініціативи<sup>147</sup>.

#### **§ 4. Мовна політика Європейського Союзу**

Ст. 22 Хартії ЄС про основні права, прийнята у 2000 р., вимагає поваги до лінгвістичної різноманітності, а ст. 21 забороняє дискримінацію, що ґрунтується на мові. Ці основні положення, а також повага до особи, відкритість культур, терпимість до інших становлять ключові цінності ЄС. Принцип поваги стосується не лише 24 офіційних мов ЄС, але й багатьох регіональних мов і мов меншин. Усе це робить ЄС не «плавильним котлом» як США, а місцем, де мовна різноманітність вважається цінністю. Згідно з

---

<sup>147</sup> Карпчук Н. П. Засади комунікаційної політики: досвід країн-членів Європейського Союзу: монографія / Н. П. Карпчук. – Луцьк : Вежа-Друк, 2015. – С. 109-146.



Лісабонською угодою, підписаною главами урядів держав-членів ЄС у грудні 2007 р., ЄС поважає багату культурну та мовну різноманітність та гарантує захист та збільшення культурної спадщини Європи.

Володіння багатьма мовами робить бізнес та громадян більш конкурентоспроможними та мобільними. Завдання Європейської комісії – ознайомлювати громадян ЄС із своїми результатами, а для цього вона повинна спілкуватися мовами, які громадяни розуміють. Сприяння багатомовності – чудовий спосіб об'єднати європейців. Під *багатомовністю* («*мультилінгвізмом*») у ЄС розуміють «спроможність спільнот, груп та окремих осіб застосовувати на постійній основі більше, ніж одну мову у своїй повсякденній діяльності». Пріоритетами стратегії мультилінгвізму є: гарантувати наявність інформації усіма офіційними мовами ЄС; гарантувати включеність регіональних мов та мов меншин; гарантувати включеність мов глухонімих; сприяти ранньому навчанню мовам; сприяти двомовній освіті<sup>148</sup>.

ЄС заохочує лінгвістичну та культурну різноманітність своїх громадян через підтримку викладання й вивчення своїх мов. Мета ЄС – дати змогу своїм громадянам, окрім рідної, вільно розмовляти ще двома мовами. Інституції ЄС працюють 24 офіційними мовами, що гарантує усім громадянам ЄС, незалежно від того, чи розмовляють вони основною європейською мовою чи менш відомою, рівний доступ до політики та законодавства ЄС.

Кожен із 28 членів ЄС, вступаючи до ЄС, визначає, яку мову чи мови хоче задекларувати як офіційну мову ЄС. Отож не ЄС обирає єдину мову для офіційного використання, а національні уряди держав-членів. Політика ЄС у сфері багатомовності є унікальною, бо ЄС вбачає використання усіх мов своїх громадян як один із факторів, що сприяють прозорості, більшій легітимності та більшій ефективності. І на рівні культури, і на рівні підвищення якості життя, ЄС активно працює над сприянням поширенню ширших знань та використання офіційних мов по всьому Союзу.

---

<sup>148</sup> Карпчук Н. П. Засади комунікаційної політики: досвід країн-членів Європейського Союзу: монографія / Н. П. Карпчук. – Луцьк : Вежа-Друк, 2015. – С. 196- 219.

Умовно мовну політику ЄС поділяють на інституційну та позаінституційну за суб'єктами та об'єктами реалізації, на наднаціональну, національну й регіональну за рівнями реалізації. Інституційна мовна політика визначає використання мов всередині або між інституціями ЄС, в комунікації їх з країнами-членами, їх громадянами та поза Європейським Союзом. ЄС нараховує 24 офіційних та робочих мови. Вперше термін «офіційна мова» було запропоновано 15 квітня 1958 р. у першому Розпорядженні Європейської Економічної Спільноти, за яким статус офіційних отримали голландська, французька, німецька та італійська як мови тогочасних держав-членів. Мови, що мають статус «офіційна та робоча», володіють таким правом: документи та відповіді можуть надсилатися до та від інституцій ЄС будь-якою з цих мов; розпорядження ЄС та будь-які законодавчі документи, як і Офіційний журнал, публікуються офіційними й робочими мовами. Проте через часові та бюджетні обмеження лише невелику кількість документів перекладають усіма мовами ЄС. Європейська комісія застосовує англійську, французьку та німецьку як загальні процедурні мови, а Європейський парламент надає переклад різними мовами залежно від потреб держав-членів.

ЄС проводить політику захисту та сприяння регіональним мовам та мовам меншин. Ще у 1992 р. Європейська комісія ініціювала дослідження мов меншин ЄС – «Euromosaic». У 2004-2005 рр. Комісія впроваджувала проект ADUM, мета якого – надавати інформацію про програми ЄС стосовно фінансування проектів сприяння мовам меншин. Інший проект CRAMLAP (Celtic, Regional and Minority Languages Abroad Project – Закордонний проект кельтської, регіональних мов та мов меншин) здійснював перевірку та оцінку забезпечення вищих навчальних закладів кельтською та регіональними мовами чи мовами меншин у Європі. Мережа сприяння мовній різноманітності (Network to Promote Linguistic Diversity (NPLD)) – європейська широка мережа у сфері мовної політики та планування для конституціональних, регіональних мов та мов малих держав у всій Європі. Членами NPLD є уряди, неурядові організації, університети й асоціації. Основна мета мережі – посилити

обізнаність на європейському рівні щодо важливості лінгвістичної різноманітності.

Суттєвою частиною європейської мовної різноманітності є мова жестів. Австрія, Чеська Республіка, Фінляндія, Португалія та Словаччина визнають національну мову жестів на конституційному рівні. Інші держави-члени застосовують інші заходи чи закони для надання мові жестів офіційного статусу. Ці заходи підтримує Європарламент, який у 1988 р. прийняв Резолюцію про мови жестів, яка закликає Європейську комісію та держави-члени сприяти мові жестів та гарантувати людям з вадами слуху можливість працювати й навчатися мовою, якій вони надають перевагу.

Проект Dicta-Sign мав на меті полегшити он-лайн комунікацію користувачів з вадами слуху. Річ у тім, що технології Web 2.0, які полегшили спілкування звичайним людям, є не прийнятними для тих, хто користується лише мовою глухонімих, бо ці технології базуються на письмовій мові. Метою проекту було розробити необхідні технології, які б зробили Web 2.0 доступним для глухонімих: користувач передає знакове повідомлення перед веб-камерою, комп'ютер розпізнає знакові сигнали, перетворює їх у внутрішню репрезентацію кінетичної мови і через анімаційні зображення передає користувачу.

Проект SignSpeak (Scientific understanding and vision-based technological development for continuous sign language recognition and translation) теж зорієнтований на допомогу користувачам з вадами слуху в їх інтеграції в освіту, соціальне життя, зайнятість. Мета проекту – розробити технології, які базуються на образах, для перекладу тривалої кінетичної мови в текст, щоб надати нові електронні послуги спільноті глухонімих людей і покращити їх комунікації з тими, хто немає проблем зі слухом.

В межах інституційної мовної політики доцільно розглядати політику ЄС в сфері перекладів. Основна вимога демократичного права ЄС – надання можливості кожному за столом переговорів висловитися власною мовою. Правові акти здійснюють вплив на життя звичайних людей, тому не повинно

бути жодних перешкод на шляху до порозуміння. ЄС можна розглядати як довгу щоденну конференцію тривалістю 50 років. Саме Генеральний директорат з письмових перекладів (Directorate General for Translation) забезпечує письмовий переклад документації та матеріалів, продукованих інституціями ЄС та країнами-членами з метою співробітництва. Генеральний директорат з усних перекладів (Directorate General for Interpretation) гарантує чіткий та правильний переклад промов, а отже й інформування громадян ЄС. Завдання Директорату – забезпечення якісними перекладацькими послугами; надання ефективних послуг з організації конференцій, включаючи технічну підтримку; допомога Комісії впровадити в життя стратегію багатомовності.

У 1994 р. створено Центр перекладів (Translation Centre), завдання якого задовольнити потреби в перекладах інші децентралізовані агенції Союзу.

Єврокомісія не залишає поза увагою і потреби в перекладі пересічних громадян ЄС, як і загалом у доступності документів об'єднання. ЄК зробила доступною спеціальну версію програми-перекладача, що перекладає тексти будь-якою з 24 мов ЄС. У її базі даних налічується більше 1 млн. слів та сталих виразів. За допомогою цієї програми-перекладача всі жителі Європи можуть читати та перекладати документи ЄС будь-якою зручною для себе мовою, включаючи такі рідкісні, як ірландська.

З 2005 р. як окремий напрям мовної політики ЄС можна виділити навчання висококваліфікованих перекладачів, які б спеціалізувалися саме в проблематиці Євросоюзу. З жовтня 2006 р. Генеральний директорат ЄС з письмового перекладу провів у Брюсселі низку конференцій, на яких обговорювалися перспективи створення уніфікованого університетського навчального плану для підготовки перекладачів для роботи в інституціях Євросоюзу та в межах його проблематики. До процесу залучені близько 1000 європейських університетів та інших організацій, що пов'язані з навчанням та використанням праці викладачів. Серед них представники міжнародних організацій ООН, НАТО та професійних об'єднань перекладачів. Обговорювались проблеми навчання перекладу в ЄС та створення стандартної європейської магістерської програми

з перекладу відповідно до пропозицій Генерального директорату з письмового перекладу. Навесні 2009 р. Єврокомісія запросила європейські університети, які навчають професійних перекладачів, приєднатися до створюваної в ЄС «Мережі європейських магістратур з перекладу» (European Master's in Translation network).

14 лютого 2002 р. Рада ЄС прийняла Резолюцію про сприяння лінгвістичній різноманітності та вивченню мов, де наголошувалося, що знання мов є однією з базових навичок, які необхідні усім громадянам, щоб брати активну участь в європейському суспільстві знань та сприяти інтеграції у суспільство та суспільній згуртованості. 15-16 березня 2002 р. на зустрічі в Барселоні Рада ЄС прийняла рішення, яке закликала до подальшого покращення базових навичок, зокрема через викладання іноземних мов з раннього віку. На своєму засіданні Рада міністрів поставила ціль «Рідна мова плюс дві (іноземні мови) для кожного громадянина» (mother tongue plus two) та запровадила «індикатор лінгвістичної компетентності» (linguistic competence indicator), який передбачає вивчення щонайменше двох іноземних мов із найраннішого віку та є спрямований на «посилення індивідуальної багатомовності». У свою чергу це сприяє активній політиці у забезпечення навчання та викладання мов через різноманітні європейські освітні та навчальні програми.

Базуючись на успіху Європейського року мов 2001 р. (the European Year of Languages), у 2003 р. Комісія прийняла План дій «Сприяння вивченню мов та мовній різноманітності» на 2004-2006 рр. (Promoting Language Learning and Linguistic Diversity), який став відповіддю Єврокомісії на заклик Європейської ради та Європейського парламенту. Запропоновано три види заходів щодо вивчення мов, а саме: від дошкільного до похилого віку, якість навчання мов, створення сприятливого середовища для навчання.

За допомогою спеціального циклу програм (Lifelong Learning Programmes) ЄС надає особливу підтримку оволодіння мовами у таких секторах:

•раннє навчання та шкільна освіта (програма Comenius): націлена на підтримку високого рівня мобільності в сфері освіти. Comenius створює умови для мобільності працівників середніх шкіл; зосереджує увагу на спільних проектах занять в різних країнах. Програма виходить з того, що запровадження іноземних мов у ранньому віці може сприяти швидшому вивченню мов, покращенню мовних навичок рідної мови та кращій активності в інших сферах;

•професійна освіта (програма Leonardo): підтримує інновації та підвищення рівня професійної освіти, а саме: пілотні проекти, проекти стажування та обміну досвідом, розробки оглядів та аналізів, які стосуються професійної освіти, фахового консультування, однакових умов навчання, інноваційної підготовки відповідно до технологічних змін. Програма підтримує процеси співпраці між вузами та підприємствами, які спрямовані на переймання технологічних інновацій та вдосконалення мовних знань;

•вища освіта (програма Erasmus): міжнародна програма співпраці і мобільності у сфері вищої освіти, яку ініціювала і фінансує Європейська комісія. Організаційну підтримку впровадження програми здійснює Виконавча агенція з питань освіти, аудіовізуальних засобів та культури. Головною метою програми Erasmus є підвищення якості європейської вищої освіти і сприяння міжкультурному розумінню через співпрацю із третіми країнами; програма пропонує інтенсивні підготовчі курси для студентів, які бажають навчатися закордоном;

•освіта для дорослих (програма Grundtvig): Європейська комісія допомагає дорослим людям покращити свою компетентність, включаючи мовні навички, для адаптації до змін на ринку праці та у суспільстві<sup>149</sup>.

Упродовж багатьох років ЄС не прагнув встановити обов'язкові рамки для багатьох політик, практик чи ініціатив, що стосувалися мультилінгвізму. Зробити мультилінгвізм частиною портфоліо одного із членів Комісії було рішенням президента ЄК Ж. М. Барозо (січень 2007 р.). Цей факт засвідчив

---

<sup>149</sup> Карпчук Н. П. Засади комунікаційної політики: досвід країн-членів Європейського Союзу: монографія / Н. П. Карпчук. – Луцьк : Вежа-Друк, 2015. – С. 196- 219.

посилене усвідомлення Комісією зростаючої ваги мультилінгвізму для проекту ЄС, що було спровоковане такими викликами як: розширення ЄС і Спільного ринку, зростання мобільності в межах ЄС, відродження регіонів, швидкий поступ суспільства знань, міграція до ЄС і глобалізація. Річ у тім, що практично всі держави-члени ЄС стали багатомовними та багатокультурними і потребують стратегій місцевого, регіонального рівня та рівня держав-членів для покращення комунікації, що долає мовні та культурні кордони, адже сьогодні на території держав-членів ЄС використовують близько 450 мов.

У липні 2008 р. Комісія оприлюднює Зелену книгу «Міграція та мобільність: виклики та можливості для системи освіти ЄС»; 18 вересня 2008 р. Комісія пропонує доповідь «Мультилінгвізм: актив для Європи та спільний здобуток»; 26 вересні 2008 р. у Парижі проходили обговорення з питань Конвенції з мультилінгвізму. У результаті Комісія визнає, що

- лінгвістична та культурна різноманітність є частиною та складовою європейської ідентичності; вона є спільним спадком, багатством, викликом та активом для Європи;

- мультилінгвізм – основна чи перехресна тема, що стосується соціальної, культурної, економічної та освітньої сфер;

- заохочення європейських мов, які використовуються менше, робить вагомий внесок у мультилінгвізм;

- мультилінгвізм суттєво сприяє культурній різноманітності у сфері мас-медіа і контенту он-лайн та міжкультурному діалогу в межах Європи та інших регіонів світу; переклад відіграє особливу роль, бо встановлює зв'язки між мовами та культурами та широкий доступ до ідей та праць;

- лінгвістична різноманітність у Європі сприяє розвитку економічних та культурних зв'язків між країнами ЄС та рештою світу;

- мультилінгвізм сприяє розвитку творчості, забезпечуючи доступ до інших способів мислення, інтерпретації світу та вираження уяви.

Поза офіційною мовною політикою мультилінгвізму, на рівні мовної практики європейці мовною поведінкою голосують за появу *lingua franca*. Нею

поступово стає англійська мова (так звана проблема «English-only» (тільки англійська)). Фактично всі дослідження показують, що саме вона еволюціонувала у мову спілкування між країнами-членами. Парадокс в тому, що чим більше мов стає в Європейському Союзі, тим більше зростає роль англійської.

В континентальній Європі англійська мова все менше і менше стає «іноземною» мовою, бо вивчається не тільки з метою її використання за кордоном. В країнах-членах ЄС англійська мова виконує наступні внутрішні функції: 1) вона є або обов'язковим, або основним для вивчення предметом у школі; 2) володіння англійською мовою є необхідною умовою набуття вищої освіти та подальшого підвищення професійного рівня; у демографічно невеликих європейських країнах підручники англійською мовою широко використовуються у вищій освіті практично з усіх предметів; 3) володіння англійською є в багатьох випадках необхідною умовою працевлаштування; 4) англійська мова є надзвичайно вживаною в медіа, попкультурі, суспільному та приватному житті<sup>150</sup>.

Перспектива домінування англійської мови в комунікативному полі ЄС вже сьогодні змусила європейських інтелектуалів свідчити про необхідність заохочення європейських громадян вивчати другу мову, яка не є мовою міжнародного спілкування. Вони запропонували концепцію «personal adaptive language», суть якої полягає в тому, щоб кожна людина вивчила легку для засвоєння іноземну мову. Ця друга мова має бути близькою до її рідної, фактично запроваджується концепція другої рідної мови (second mother tongue), вивчення якої має розпочинатися в школі та тривати у вищому навчальному закладі. Вивчення цієї мови має супроводжуватися вивченням історії, культури та літератури народу, який цією мовою говорить.

---

<sup>150</sup> Карпчук Н. П. Засади комунікаційної політики: досвід країн-членів Європейського Союзу: монографія / Н. П. Карпчук. – Луцьк : Вежа-Друк, 2015. – С. 196- 219.



## § 5. Аудіовізуальна політика Європейського Союзу

Роль ЄС в аудіовізуальній сфері – створити єдиний європейський ринок аудіовізуальних послуг. Аудіовізуальний сектор ЄС, в якому зайнято більше 1 млн. працівників, відіграє ключову соціально-культурну роль, адже ТБ залишається головним джерелом інформування та розваги в Європі, де пересічний європеєць дивиться телебачення 4 години на день.

Перша спроба окреслити аудіовізуальну політику Європейського Співтовариства була започаткована завдяки розвитку супутникового телебачення. У 1984 р. Комісія запропонувала «Зелену книгу» з питань заснування спільного ринку телемовлення, зокрема супутникового та кабельного, а в 1987 р. – «Зелену книгу» з питань розвитку Спільного ринку Телекомунікаційних послуг та обладнання. У книгах йшлося про регулятивні кроки встановлення конкурентоспроможного відкритого ринку інформації для «Європейського телебачення», втілення в життя свобод, висвітлених у Римському договорі та формування єдиного ринку в цьому секторі. «Зелена книга» запропонувала лібералізацію національного телекомунікаційного сектору та скасування національних кордонів. «Зелена книга» аналізувала телебачення в Європі, яке залишалося суто національним, та потенціал транскордонного телебачення завдяки поширенню супутникового та кабельного зв'язку. У ній акцентувалася увага на секторах, що потребували правової координації, зокрема на рекламі, захисті неповнолітніх та праві на відповідь, щоб забезпечити надання транскордонних телевізійних послуг.

«Зелена книга» з питань заснування Спільного ринку телемовлення та подальші обговорення та консультації заклали підґрунтя для Директиви «Телебачення без кордонів» (Television without Frontiers). Комісія представили законодавчі пропозиції в 1986 р., які були прийняті в 1989 р. та вдосконалені в 1997 р. Мета Директиви «Телебачення без кордонів» – створити необхідні умови для вільного руху телевізійних послуг в межах Союзу. Очікувалося, що ця Директива відкриє двері для культурної та політичної інтеграції. Зокрема,

Директива вимагала від держав-членів, щоб їхнє національне законодавство гарантувало:

- вільний рух європейських телевізійних програм в межах єдиного ринку;
- щоб телевізійні канали, по можливості, надавали щонайменше половину свого ефірного часу програмам європейського виробництва;
- захист культурного різноманіття;
- широкий доступ публіки до важливих подій, який не повинен обмежуватись платними каналами (йдеться, загалом, про міжнародні спортивні події – Олімпійські ігри, Кубок світу з футболу тощо);
- захист неповнолітніх від телепередач, що містять елементи насильства або порнографії;
- право на відповідь несправедливо звинувачених у телеефірі<sup>151</sup>.

Фактично аудіовізуальна і медіа-політика ЄС довгий час розвивалася окремо як один з напрямів діяльності Співтовариства, проте, зважаючи на процеси конвергенції у сфері ІКТ, на сьогодні вона перебуває в компетенції Генерального директорату Європейської комісії, який раніше займався тільки проблемами розвитку інформаційного суспільства. Ці зміни відбулись ще 2005 р., коли Єврокомісія запропонувала стратегічну ініціативу «i2010 – Європейське інформаційне суспільство заради зростання і зайнятості», в якій одним з пріоритетів для європейського розвитку було визначено «формування єдиного європейського інформаційного простору, який забезпечує вільний і конкурентоспроможний внутрішній ринок для інформаційного суспільства і медіа».

Загалом правовою основою для розвитку аудіовізуальної політики ЄС є стаття 167 Договору щодо функціонування ЄС, яка визначає такі сфери співробітництва, як «вдосконалення і розповсюдження знань про культуру та історію європейських народів; збереження і захист культурної спадщини європейського значення; некомерційний культурний обмін; художня та

---

<sup>151</sup> Карпчук Н. П. Засади комунікаційної політики: досвід країн-членів Європейського Союзу: монографія / Н. П. Карпчук. – Луцьк : Вежа-Друк, 2015. – С. 166- 196.

літературна творчість, у тому числі в аудіовізуальному секторі». Крім того, правовою основою політики є чинне законодавство ЄС в цій сфері, зорієнтоване на регулювання аудіовізуальних медіа-послуг; захисту неповнолітніх; кінематографії, кіноспадщини та кіноіндустрії; служб громадського мовлення.

Аудіовізуальна та медіа політика втілюється у чотирьох напрямках:

1. Регулятивні рамки – в основному директива щодо аудіовізуальних медіа послуг (Audiovisual Media Services Directive), мета якої – створити ефективний єдиний Європейський ринок аудіовізуальних засобів і внесення поправок до директиви «Телебачення без кордонів»; рекомендації ЄС щодо захисту дітей / неповнолітніх в режимі он-лайн та європейської кіноспадщини.

2. Фінансування програм, наприклад MEDIA, що доповняють національні системи.

3. Інші заходи, наприклад, сприяння розповсюдженню контенту он-лайн та медіа-грамотності й медіа-плюралізму.

4. Діяльність поза межами ЄС (особливо щодо захисту європейських культурних інтересів в Світовій Організації Торгівлі).

Розглянемо детальніше згадані напрями<sup>152</sup>:

*Директива щодо аудіовізуальних медіа послуг (AVMSD)* охоплює усю сферу послуг аудіовізуальних засобів ЄС (включаючи послуги за запитом) в епоху цифрових технологій. Вона вносить поправки та перейменовує Директиву Телебачення без кордонів, забезпечуючи менш детальне, проте гнучкіше регулювання; модернізує правила телереклами для кращого фінансування аудіовізуального контенту. Зокрема, Директива ставить такі цілі координації в ЄС:

- визначення правил для формування технологічного розвитку;
- створення рівнозначного ігрового поля для появи аудіовізуальних ЗМІ;
- збереження культурної різноманітності;

---

<sup>152</sup> Карпчук Н. П. Засади комунікаційної політики: досвід країн-членів Європейського Союзу: монографія / Н. П. Карпчук. – Луцьк : Вежа-Друк, 2015. – С. 166- 196.

- захист дітей та споживачів,
- охорона медіа-плюралізму;
- боротьба з расовою та релігійною ненавистю;
- гарантії незалежності національних медіа-регуляторів.

Директива AVMSD координує національне законодавство країн-членів у таких сферах:

- принцип технологічної нейтральності (директива поширюється на усі послуги, не залежно від того, які технології використовуються для передачі контенту);

- заборона підбурювання до ненависті (кожна країна-член повинна гарантувати, що аудіовізуальні послуги не містять підбурювання до ненависті на ґрунті расової, національної, релігійної чи сексуальної нетерпимості; однак це повинно узгоджуватися з принципом свободи висловлювання);

- доступ для людей з обмеженими фізичними властивостями (люди з проблемами слуху та зору, а також люди похилого віку повинні мати доступ до усього аудіовізуального контент. Щоб забезпечити це, уряди повинні заохочувати медіа-компанії використовувати субтитри, сурдопереклад, аудіо-опис та легке меню навігації);

- принципи юрисдикції (контент перевіряється лише один раз, бо послуги країни-постачальника повинні узгоджуватися з національними правилами країни-отримувача, адже усі керуються принципами та правилами Директиви ЄС щодо аудіовізуальних медіа-послуг);

- основні події (важливі для суспільства події повинні транслюватися по безкоштовних каналах; кожна держава-член ЄС визначає перелік таких подій (Олімпійські ігри, Кубок світу з футболу, Європейський чемпіонат з футболу, інавгурація, коронація чи похорони монарха або глави держави; важливі культурні події) і подає їх до Комісії. Згідно з принципом взаємного визнання мовники повинні поважати цей перелік);

- промоція та дистрибуція європейських робіт (основна мета – посилити конкурентоспроможність європейської аудіовізуальної промисловості і, як наслідок, сприяти культурній різноманітності та спадку Європи);

- комерційна комунікація (регулює форми product placement, телемагазину, спонсорства, телевізійної реклами; наголошує на тому, що при створенні образів не повинні використовуватися технології впливу на підсвідомість, піратські технології; образи не повинні провокувати прояви дискримінації, заохочувати до ожиріння, паління, нести загрозу безпеці людини й довкіллю; реклама повинна базуватися на принципах поваги та має бути пізнаваною);

- захист меншин (контент, який може принижувати меншин, забороняється на традиційному телебаченні, проте може демонструватися каналами за запитом за умови, що звичайно меншини не можуть побачити чи почути цей контент).

*Захист неповнолітніх.* Оскільки розвиток аудіовізуальних медіа-послуг в країнах ЄС обов'язково враховує захист загальних інтересів всіх категорій європейських громадян, у тому числі й найуразливіших, «Директива з аудіовізуальних медіа-послуг» містить конкретні правила щодо захисту неповнолітніх, зокрема, від неналежних аудіовізуальних медіа-послуг «за запитом».

27 лютого 2008 р. Комісія прийняла пропозицію нової програми «Безпечніший Інтернет» (Safer Internet; вперше прийнята в 1999 р.), мета якої сприяти безпечному використанню Інтернету та нових он-лайн технологій, зокрема дітьми, боротися з незаконним контентом та контентом, що вважається небажаним для кінцевого споживача. Ця програма започаткувала конкурси з вибору і фінансування проектів, спрямованих на створення безпечнішого он-лайн середовища для молоді, а також підтримує два щорічних заходи – День безпечного Інтернету і безпечного Інтернет-форуму. Реалізується Програма за допомогою щорічних робочих програм, які деталізують її цілі та пріоритети.

*Захист кіноспащини.* ЄС вбачає одним із своїх завдань заохочення країн-членів до співпраці у збереженні та захисті культурної спадщини

Європейського значення, включаючи кіно (Стаття 151(2) Договору ЄС). Рекомендації країнам-членам з питань кіноспадщини закликають: регулярно збирати, заносити до каталогів, зберігати та відновлювати усе, що можна передати майбутнім поколінням; а також інформувати Комісію кожних два роки про свою діяльність у цій сфері. У доповідях наголошено, що кінороботи володіють не лише культурною цінністю, вони є потужним джерелом історичної інформації про європейське суспільство, бо кінообрази є суттєвим елементом знань про минуле та відображенням цивілізації. Саме через збирання, каталогування, збереження та зберігання кіноробіт європейська кіноспадщина стає доступною для некомерційних навчальних, наукових, дослідницьких та культурних цілей з обов'язковим дотриманням прав інтелектуальної власності.

*Програма MEDIA* здійснювалася за підтримки ЄС і втілювалася в життя щорічними робочими програмами з 1991 р. MEDIA – це програма підтримки європейської аудіовізуальної промисловості; зорієнтована на сприяння незалежним європейським кінотовиробникам створювати нові фільми, знаходити партнерів та глядачів за кордоном. Програма надавала фінансову допомогу малим та середнім кінотовиробникам та допомагала поширювати тисячі фільмів кожного року, включаючи художні фільми, телепрограми, документальні фільми та нові медіа.

Програма MEDIA 2007 (2007-2013 рр.) ставила перед собою такі цілі:

- сприяти посиленню Європейського аудіовізуального сектору, відображаючи та поважаючи європейську культурну ідентичність та спадок;
- збільшити обіг Європейських аудіовізуальних робіт в та поза межами ЄС;
- посилити конкурентоспроможність європейського аудіовізуального сектору, полегшуючи доступ до фінансування та сприяючи застосування цифрових технологій.

Для співпраці з неєвропейськими кінотовиробниками існувала програма MEDIA Mundus, яка зосереджувалася на навчанні, сприянні доступу до ринку,

тобто пошуку партнерів для спільного виробництва та дистрибуції, а також на заохоченні міжнародних продажів, реклами, поширення аудіовізуальних робіт.

На зміну програм MEDIA та MEDIA Mundus прийшла програма «Креативна Європа 2014-2020» (Creative Europe), зумовлена потребою більшого інвестування в культуру та креативний сектор, який суттєво сприяє економічному зростанню, зайнятості, інноваціям та соціальній когезії. Цілями Програми є:

- допомогти сектору культури та креативному сектору скористатися перевагами «цифрового віку» та глобалізації;
- надати можливість обом секторам досягти свого потенціалу, що сприятиме цілям «Європа 2020» для сталого зростання, зайнятості та соціальної когезії;
- відкрити нові міжнародні можливості, ринки та аудиторії.

Передбачають, що програма «Креативна Європа 2020» надасть більше фінансування акторам та діячам культури для розвитку їх навичок та роботі за кордоном, більше коштів транснаціональним культурним подіям в та поза межами ЄС, розвиватиме конкурентоспроможність європейської культури й кіно, захищаючи культурну та мовну різноманітність.

Цифрова «дематеріалізація» контенту надає великі можливості для Європи, але й значну кількість викликів: 1) існують певні перешкоди на шляху цифрового розподілу продуктів послуг сфери культури; 2) незаконне скачування може суттєво зашкодити розвитку економічно життєдайного єдиного ринку диджитального контенту; 3) існує необхідність сприяти іноземним пропозиціям у межах закону.

У 2008 р. після процесу консультацій Комісія прийняла стратегічний документ про *креативний контент он-лайн*, у якому визначено чотири основних сфери необхідної діяльності ЄС:

- наявність креативного контенту;
- ліцензування креативного контенту по всій території ЄС;
- система управління цифровими правами;

- піратство / несанкціоноване колективне використання файлів.

*Служба громадського мовлення.* З метою забезпечення демократичних, соціальних та культурних потреб конкретного суспільства і забезпечення мовної розмаїтості та культурного плюралізму національні громадські мовники потребують підтримки з боку держави щодо прямого фінансування чи ліцензійних зборів. Компетенцію ЄС і країн-членів у цій галузі встановлює «Протокол про систему громадського мовлення в державах-членах». Завдання Комісії полягає в тому, щоб перевіряти, чи дотримуються держави-члени положень Договору, особливо Правил державної допомоги в цій галузі. Принципи цієї допомоги викладено в «Посланні Комісії щодо застосування правил державної допомоги для громадського мовлення» від 2001 р. і переглянуто в липні 2009 р.

Оновлені правила зосереджують увагу на підзвітності та ефективному контролю на національному рівні, в тому числі на прозорому оцінюванні загального впливу фінансованих державою нових медіа-послуг. Основні зміни передбачають: огляд нових послуг, започаткованих громадськими мовниками, балансування їхнього впливу на ринок; роз'яснення щодо платних послуг в межах зменшення суспільної послуги; ефективніший контроль надкомпенсацій і розширений нагляд державної служби на національному рівні.

*Медіа-грамотність.* Комісія визначає новий виклик для нового інформаційного суспільства – стати грамотним у сфері нових медіа. Медіа-грамотність тлумачиться як спроможність здійснювати доступ до медіа, розуміти та критично осмислювати різноманітні аспекти медіа та медіа-контенту і продукувати комунікацію у різноманітних контекстах. Медіа-грамотність стосується усіх медіа, включаючи телебачення, радіо, музичні записи, друковані медіа, Інтернет та всі інші нові цифрові комунікаційні технології. Це основна компетентність не лише молодого покоління, але й дорослих, людей похилого віку, батьків, учителів, фахівців у сфері медіа. Комісія вважає медіа-грамотність важливим фактором активного громадянства в теперішньому інформаційному суспільстві. 20 серпня 2009 р.



Комісія рекомендувала, щоб усі країни ЄС та медіа-індустрія підвищили обізнаність населення у багатьох формах медіа-послань (чи то реклама, кінофільми чи он-лайн контент). Для обговорення побудови інклюзивного суспільства знань у 2011 р. Комісія створила експертну групу, яка вивчає медіа-грамотність у школах.

*Медіа-плюралізм* – поняття, яке охоплює низку ідей, а саме: різноманітність власності, різноманітність джерел інформації та різноманітний контент, доступний в державах-членах. Свобода та плюралізм медіа є ключовими елементами свободи вираження та суттєвою умовою збереження права на інформацію, що є в основі демократичного процесу (ст. 11 Хартії основних прав, ст. 10 Європейської конвенції із захисту прав людини та основних прав).

У жовтні 2011 р. було створено Групу високого рівня з питань свободи мас-медіа та медіа-плюралізму, яка визнає існування викликів, що можуть обмежувати свободу журналістів, зменшувати плюралізм думок; окрім цього деякі журналісти своєю поведінкою теж підривають довіру до аудіовізуального сектору. Основна відповідальність у підтримці свободи й плюралізму мас-медіа покладається на держави-члени, проте ЄС теж відіграє важливу роль у підтримці основоположних прав громадян ЄС.

У січні 2013 р. Група представила свої рекомендації країна-членам та інституціям ЄС у сфері свободи та плюралізму мас-медіа<sup>153</sup>:

- ЄС повинен захищати свободу та плюралізм мас-медіа на державному рівні, щоб гарантувати права, надані громадянам Договором ЄС, зокрема права вільного пересування та представницької демократії;

- для покращення функціонування Єдиного ринку необхідна подальша гармонізація законодавства ЄС, особливо у сфері захисту даних та відповідальності за поширення клевету;

---

<sup>153</sup> Карпчук Н. П. Засади комунікаційної політики: досвід країн-членів Європейського Союзу: монографія / Н. П. Карпчук. – Луцьк : Вежа-Друк, 2015. – С. 166- 196.

- слід захищати відкритий та недискримінаційний доступ до інформації для усіх громадян в он-лайн середовищі і, якщо необхідно, застосувати конкурентне право і / чи посилити принцип мережевого нейтралітету;

- на національному рівні слід проводити регулярну оцінку медіа-оточення і визначати сфери потенційної загрози для плюралізму; на рівні ЄС для цього слід створити спеціалізовану агенцію;

- у старших класах має викладатися медіа-грамотність;

- Президенти інституцій ЄС повинні регулярно організовувати інтерв'ю для представників національних ЗМК, що дасть змогу транслювати чи надрукувати відповіді на питання, подані журналістами держав-членів ЄС;

- свобода та плюралізм мас-медіа має бути передумовою вступу країни до ЄС;

- журналісти та медіа-організації мають прийняти власні кодекси поведінки та журналістські стандарти, щоб протидіяти новим викликам медіа-середовища;

- всі країни ЄС мають створити незалежні ради з питань мас-медіа з політично та культурно збалансованим і соціально різноманітним представництвом у них; такі ради повинні керуватися стандартами ЄС, дотримуватися європейських цінностей і моніторитися Комісією;

- національне законодавство країн-членів повинно базуватися на принципі захисту журналістських джерел (недотримання якого можливе лише за розпорядженням суду).

У квітні 2013 р. Комісія представила Зелену книгу «Підготовка до повністю конвергованого світу: зростання, створення, цінності», мета якої – розпочати широке публічне обговорення потенційних наслідків трансформацій аудіовізуального медійного ландшафту, який характеризується стійким збільшенням конвергенції медіа-послуг та способів як надання так і споживання (під конвергенцією у Книзі розуміють злиття традиційних телевізійних послуг та Інтернету).

26 листопада 2013 р. Рада Європейського Союзу та представники держав-

членів прийняли Резолюцію про свободу мас-медіа та медіа-плюралізм у цифровому оточенні, де наголошували, що мас-медіа є суттєвим стрижнем демократії, бо ЗМК відіграють важливу роль в гарантуванні транспарентності та підзвітності, мають вагомий вплив на громадську думку щодо підготування громадян до активної участі у процесах прийняття рішень.

*Міжнародні аспекти аудіовізуальної політики* охоплюють п'ять основних сфер:

1) розширення ЄС (перед вступом до ЄС країни кандидати повинні привести своє законодавство у відповідність до правових норм Союзу, включаючи законодавство в аудіовізуальній сфері),

2) Європейська політика сусідства (завданнями є: взаєморозуміння в аудіовізуальній сфері, спільне бачення аудіовізуальної політики, боротьба з проявами расизму та ксенофобії),

3) Світова Організація Торгівлі й Організація економічної співпраці та розвитку (регламентація торгівлі аудіовізуальними продуктами та послугами з дотриманням права інтелектуальної власності),

4) сприяння культурній різноманітності (ЮНЕСКО) (захист європейської культурної різноманітності через присутність в аудіовізуальному просторі мовних меншин, зв'язок з національною та регіональною ідентичністю, матеріальна і нематеріальна природа традицій та культурної спадщини),

5) співпраця в аудіовізуальній політиці (поширення європейської культури та цінностей закордоном, обмін досвідом з міжнародними фахівцями).

У 15 державах-членах ЄС діє радіомережа Euranet Plus, яка веде мовлення 15 мовами для 20 млн. слухачів протягом 1,200 годин на рік. Мета Euranet Plus – посилити обізнаність громадян та розуміння справ у ЄС через краще інформування та стимулювання обміну думками та через дискусії. Радіомережа намагається заповнити інформаційну прірву між ЄС та громадянами, забезпечивши краще взаєморозуміння в Європі. Мережа відкрила також

агенцію новин Euronet Plus в Брюсселі, щоб надавати високоякісну свіжу інформацію з центра ЄС саме з наднаціональної точки зору.

У 2009 р. розпочав роботу багатомовний новинарний портал Presseurop, профінансований Європейською комісією, який перекладав та публікував статті 10 мовами, що стосувалися ЄС, зокрема, політики, культури, економіки та суспільних проблем регіону. Місія Presseurop – представляти громадські дискусії з широкого кола питань, що стосуються Європейського проекту та «оживити» ЄС через призму висвітлення у новинах 27 країн-членів. У грудні 2013 р. ЄК припинила фінансування і з травня 2014 р. на волонтерській основі почав діяти портал VoxEurop.eu з метою замінити Presseurop.

## **§ 6. Інформаційна діяльність інституцій Європейського Союзу**

*Європейська комісія* – двигун усієї величезної й складної машини ЄС. Вона є єдиною інституцією, що має право ініціювати законодавство для розгляду в Парламенті й Раді ЄС. Вона також управляє та втілює політику і бюджет ЄС, відстежує дотримання європейського законодавства країнами ЄС і європейськими компаніями, а до порушників може застосовувати відповідні процедури аж до притягнення до Європейського Суду чи накладення санкцій. Комісія виконує зовнішньополітичні функції і бере участь у виробленні та втіленні політики ЄС у відносинах з тією чи іншою державою чи регіоном. Для цього Комісія має мережу своїх представництв в усіх куточках планети. Отже, саме від Європейської комісії надходить найбільший щоденний потік інформації: різнопланової, різноаспектної. Це стосується як внутрішніх процесів і подій в ЄС, так і його відносин з третіми державами.

Європейська комісія – єдина інституція, яка щодня проводить брифінги, де журналісти можуть поставити будь-яке питання. Журналісти можуть відвідувати ці брифінги за відповідною акредитацією: постійною або тимчасовою. Кожен журналіст може отримати 24-годинну перепустку до

будинку Єврокомісії, якщо покаже своє посвідчення журналіста, дійсне в його країні, та документ, який засвідчує особу.

ЄК має найбільшу серед інституцій Європейського Союзу кількість осіб, чиїми обов'язками є спілкування з представниками медіа: так званих «речників» (spokespersons). Речники можуть робити офіційні заяви чи давати коментарі, які відбивають позицію Європейської комісії з тих чи інших питань. Прес-службу ЄК очолює головний речник, який має право говорити від імені Комісії як інституції та від імені її Президента. Кожен з речників відповідає за певний напрямок діяльності ЄС, що значно спрощує журналістам роботу: аби отримати максимально компетентні коментарі чи інформацію, слід лише визначитися з належністю свого запитання до відповідної сфери діяльності Європейської комісії. Наприклад, із загальними політичними питаннями можна звертатися і до речника ЄК або його заступників. Якщо ж питання дещо специфічніше (наприклад, про позицію Європейської комісії щодо відносин Україна – ЄС у тому чи іншому політичному контексті), то найкраще зателефонувати «зовнішньополітичному» речникові Європейської комісії. Якщо йдеться, скажімо, про питання, пов'язані з угодами про спрощення візового режиму та реадмісію, то це компетенція речника з питань юстиції та внутрішніх справ, якщо питання стосовно торгівлі – то слід звернутися до речника з торгівельних питань тощо.

У межах ЄК діє *Генеральний директорат з комунікації* (до 2005 р. – Генеральний директорат преси та комунікації), який вбачає свою місію у підтримці комунікації в усій Комісії. Команда планування та координації відповідає за підготовку комунікаційного порядку денного на основі інформації від усіх ГД та ГД з комунікації. Служба спікера, що знаходиться під прямою політичною владою Президента, – ключовий компонент ГД з комунікації; вона відповідає за донесення політичних пріоритетів Комісії для ЗМК та встановлює порядок денний для кореспондентів ЄС. На службу покладається зобов'язання посилити якісний контроль прес-релізів, щоб найважливіші тексти адаптувалися до локальної аудиторії.

Місія Генерального директорату з комунікацій – інформувати мас-медіа та громадськість про діяльність Комісії, її цілі та завдання; інформувати Комісію про обговорення питань, що стосуються ЄС, у державах-членах. Генеральний директорат з комунікації є офіційним голосом Європейської комісії у взаємодії із засобами масової інформації та, як правило, першим портом для журналістів, які висвітлюють питання, що стосуються Комісії. Основне завдання – відкрито, прозоро та якомога доступніше поінформувати про роботу Комісії. Роль прес-служби – інформувати Комісію про те, що говорить про них світова преса. Специфічні завдання Генерального директорату та Служби спікера полягають у наступному:

- доступність для журналістів, щоб пояснити та інформувати їх про політику ЄС та ініціативи Комісії;
- проведення щоденних брифінгів для преси опівдні в прес-центрі Комісії;
- організація прес-конференцій для уповноважених, а також технічні брифінги для посадових осіб високого рівня;
- надання та розповсюдження прес-матеріалів (прес-релізи, довідкові матеріали і т.д.) і аудіовізуальних матеріалів (фото, звук, відео);
- проведення інтерв'ю і двосторонніх брифінгів для журналістів;
- організація інтерв'ю і брифінгів з уповноваженими або посадовими особами;
- акредитація для журналістів, телевізійників і фотографів;
- інформування національних та регіональних засобів масової інформації в державах-членах через представників Комісії;
- координація інтернет-інформації (веб-сайт Еурога та кімната преси)<sup>154</sup>.

ГД з комунікації керує аудіовізуальною агенцією новин «*Europe by Satellite*» та забезпечує аудіовізуальних журналістів усіма необхідними професійними та технічними умовами. З кінця 2005 р. започатковані регулярні «неформальні зустрічі» між лідерами ЄС, громадянським суспільством та

---

<sup>154</sup> Карпчук Н. П. Засади комунікаційної політики: досвід країн-членів Європейського Союзу: монографія / Н. П. Карпчук. – Луцьк : Вежа-Друк, 2015. – С. 166- 196.

теле- / радіо журналістами. Ця програма транслюється «Europe by Satellite». Комісія намагається звертати особливу увагу на спеціальні потреби аудіовізуальних мовників під час організації новинарних подій.

Матеріали EbS можна отримувати як у прямому ефірі, так і на замовлення. Телерадіокомпанії можуть підписатися на розсилку тижневої програми передач каналів. Канали також можна дивитись через супутник Sirius IV і через веб-сайт. Канали EbS пропонують:

- висвітлення діяльності Європейської комісії, Європейського парламенту, Ради Міністрів, Європейського центрального банку;
- трансляцію наживо прес-конференцій, брифінгів інституцій, пленарних засідань Парламенту та зустрічей Європейської ради;
- неопрацьовані відеозйомки, інформаційні кліпи та відео-прес-релізи аудіовізуальної служби Єврокомісії та інших інституцій;
- он-лайн-стрімінг поточних програм протягом семи днів з дня виходу в ефір, а також надання програм на замовлення;
- можливість завантажувати якісні відеофайли (MPEG2) та аудіофайли (MP3) з веб-сайту;
- трансляція важливих подій, наприклад прес-конференцій, зустрічей з третіми країнами.

Веб-сайт каналів EbS та EbS+ пропонує:

- «Schedule» – розклад програм каналів EbS та EbS+;
- «Audio and Video online» – доступ до відео- та аудіоархіву каналів, який одночасно є архівом аудіовізуальної служби;
- «Satellite reception» – докладна інформація про супутникову трансляцію каналу;
- «Internet reception» – докладна інформація про трансляцію каналу в Інтернеті.

*Веб-портал ЄС «Europa»* – найбільший публічний веб-сайт світу, багате джерело інформації – відіграє ключову роль в комунікаційних зусиллях Комісії. Портал почав діяти у лютому 1995 р. з нагоди зустрічі міністрів Великої 7 з

питань інформаційного суспільства, яка була організована Комісією у Брюсселі. Хоча з самого початку сайт був створений саме для цієї події, проте швидко розширився, бо ЄК вирішила перетворити його в корисне джерело інформації для всіх, яке б спеціалізувалося на питаннях Договорів ЄС та роботі інституцій Союзу. Сьогодні статистичні дані свідчать про 165 млн. переглядів сторінок щомісяця.

Еуропа пропонує широкий спектр інформації з європейської інтеграції щодо цілей ЄС, політик та інституційних заходів. Портал створений так, щоб надати якомога легший доступ для якомога більшої кількості користувачів, задовольнивши вимоги відкритості інституцій ЄС. Наголос зроблено на доступі до інформації не лише неповносправних людей (для скорочення цифрового розподілу), а й подачі інформації якомога більшою кількістю мов ЄС. Мета домашніх сторінок – допомогти пересічним користувачам знайти офіційну інформацію про ЄС та послуги на веб-сайті та надати інформацію про діяльність ЄС.

Генеральний директорат з комунікації має пряму відповідальність за головні сторінки Еуропа, зокрема за домашню сторінку, сайти загальної інформації, на які можна прямо зайти з Еуропа, за домашню сторінку Комісії, за загальну координацію сайтів Генеральних директоратів та служб Комісії. Кожна інституція, ГД чи служба несуть власну відповідальність за індивідуальний стиль та контент своїх сайтів. Перевагами такого децентралізованого управління є те, що контент поповнюється та поновлюється швидше і ближче до зацікавленого джерела, що суттєво покращує точність матеріалу. На регулярній основі проводяться інституційні зустрічі, на яких обговорюють розробку головних сторінок та присутність ЄС в інформаційному просторі.

Оптимальна координація досягається через дотримання трьох базових принципів: 1) стратегічне планування політики сайту, яке здійснюється представниками Генеральних директоратів та інституцій; 2) щоденна



координація роботи Підрозділом інформації й комунікації; 3) розподіл ролей в управлінні, який залежить від веб-команди ГД і / чи від організації сайту.

План Дій покращення комунікації ЄС 2005 р. запровадив посаду редактора веб-сайту Еурога, щоб забезпечити вдалу структурованість сайту та уникнути співпадінь у текстах. Обов'язками редактора є:

- визначати зовнішній вигляд Еурога та веб-сайтів Комісії;
- здійснювати щоденне оперативне управління Еурога та сайтами Комісії і сторінками, щоб гарантувати редакторську, лінгвістичну та графічну сумісність;
- розробляти стратегічне і оперативне планування; гарантувати сумісність та контроль якості;
- здійснювати комунікацію та сприяти інтернет-діяльності відповідно до розвитку європейської публічної сфери;
- бути посередником та гарантувати співпрацю між Генеральними директоратами<sup>155</sup>.

У вересні 2009 р. Еурога був перезапущений і сьогодні поділяється на шість основних тем: про ЄС (About the EU); політики та діяльність (Policies and activities); ваше життя в ЄС (Your Life in the EU); беріть участь (Take part!); документальний центр (Documentation centre); медіа-центр (Media centre). Увесь сайт організований за принципом «перевернутої піраміди»: головні сторінки просто та доступно пояснюють основні політики для непрофесіоналів, спеціалізована та детальна інформація подається на глибших рівнях (поза домашньою сторінкою представлено 80 сторінок, які направляють користувачів до тисяч різноманітних джерел інформації про ЄС). Домашня сторінка також надає швидкий лінк до інституцій та органів ЄС, контактну інформацію, новини.

Сайт намагається задовольнити інтереси усіх користувачів, тому й пропонує сторінки, які містять загальний міжінституційний контент:

---

<sup>155</sup> Карпчук Н. П. Засади комунікаційної політики: досвід країн-членів Європейського Союзу: монографія / Н. П. Карпчук. – Луцьк : Вежа-Друк, 2015. – С. 166- 196.

- EU press room – для журналістів;
- EU news room – збирає новини від інституцій ЄС;
- Teachers corners– містить навчальні матеріали для вчителів та шкіл;
- Eurorago – ігри для дітей про ЄС.

Оскільки рішення та діяльність ЄС впливають на мільйони громадян Союзу, то останні мають право знати, як європейські інституції готують ці рішення, хто бере участь у їх розробці, хто отримує фінансування з бюджету ЄС, які документи створюються для підготовки законодавчих актів. З цією метою на сайті Еуропа у 2012 р. ЄК створила портал Транспарентності (Transparency Portal), на якому також можна отримати доступ до документів, поінформувати про свою точку зору, а отже, долучитися до процесу прийняття рішень.

З 2013 р. Європейська комісія наголошує на тому, що веб-сайти є важливим засобом інформування громадян та стейкхолдерів про політики ЄС, законодавство, їх права на внутрішньому ринку, гранти, можливості працевлаштування, тобто про все, що впливає на їхнє щоденне життя. Однак мережа є досить дорогим доступним та ефективним засобом комунікації і потрібно заощаджувати кошти платників податків, тому з травня 2013 р. Комісія розпочала раціоналізацію своєї присутності в мережі через програму веб-раціоналізації сайту ЄС Еуропа для покращення якості он-лайн інформації та послуг. До складу проектної групи входять представники ГД з комунікації, ГД з письмових перекладів та ГД з інформатики та фахівці консультанти. Цілями проекту є: до кінці 2013 р. скоротити розмір сайту europa.eu приблизно на 50 %; поширити такий підхід у 16 ГД, акцентуючи увагу на контенті, а не на технології.

В основу нового підходу до управління сайтом покладені такі принципи, прийняті в червні 2013 р.:

- користувач перш за все (потреби користувачів в основі наповнення сайту);

- об'єднані цифрові послуги (зрозумілий контент надає змогу користувачеві самостійно знайти інформацію, не використовуючи дорогі телефонні лінії чи електронну пошту);

- контент над технологією (контент повинен бути релевантним, чітким, поданим зрозумілою мовою);

- менше означає більше (і дешевше) (меншим контентом легше керувати та подавати багатьма мовами);

- узгодженість (використання спільних компонентів і форм, які полегшують користувачу пошук інформації і не примушують його «подорожувати» по різних ГД та агенціях ЄС);

- об'єднані цифрові послуги (контент має подаватися в правильній формі, придатній для веб-сайту, соціальних мас-медіа, ПК, смартфона тощо);

- відкритість (справжня транспарентність полягає в легкому доступі до корисної інформації);

- управління контентом (контент повинен постійно поновлюватися відповідно до зворотнього зв'язку з користувачем, знищуватися чи архівуватися в кінці свого «життєвого циклу»);

- продовження навчання (навчання колег та вдосконалення їх навичок, щоб отримати максимум від цифрової комунікації);

- співпраця та спільна творчість (проактивна діяльність з іншими ГД, покращення взаємодії за межами організації, співпраця з практиками у сфері цифрової комунікації та розробки сайтів)<sup>156</sup>.

ГД з комунікації керує Центрами європейської документації у вищих навчальних закладах та мережею незалежних доповідачів, відомих як «Командна Європа» (Team Europe), а також підтримує діяльність трьох найбільших інформаційних центрів у Лісабоні, Парижі та Римі. Ці джерела інформації охоплюють усі політики ЄС та загалом створені саме для неспеціалізованої аудиторії.

---

<sup>156</sup> Карпчук Н. П. Засади комунікаційної політики: досвід країн-членів Європейського Союзу: монографія / Н. П. Карпчук. – Луцьк : Вежа-Друк, 2015. – С. 166- 196.

Комунікація є особливо важливим стратегічним інструментом, коли йдеться про права громадян та ініціативи, які безпосередньо стосуються їхнього щоденного життя. Оскільки Комісія не може прямо звернутися до усіх громадян ЄС, саме мас-медіа відіграють основоположну роль в покращенні інформування громадян й у поширенні інформації та думок з європейських питань. Зважаючи на це, Служба спікера є першим комунікантом із ЗМК, надаючи відповіді та пропонуючи зрозумілі аргументи журналістам. Оскільки ТБ залишається основним джерелом інформації для громадян про справи ЄС, Комісія розпочала кілька ініціатив з посилення та покращення покриття телестанцій. Europe by Satellite (EbS) надає журналістам безкоштовно відзнятий матеріал про щоденні новини та події наживо про інституції і політики ЄС. Генеральний директорат з комунікації регулярно проводить спеціальні семінари для журналістів, щоб мати змогу залучати і не акредитованих у Брюсселі працівників мас медіа. Інновацією стало проведення таких семінарів у будь-якій країні. Як правило, семінари тематично орієнтовані, наприклад, у 2012 р. тематика стосувалася економічної та фінансової кризи, основних законодавчих та політичних ініціатив та 20-ліття внутрішнього ринку.

Посиленню видимості європейських справ та інформуванню місцевих мас-медіа про ініціативи Комісії сприяють Представники Європейської комісії, основна мета яких у цій сфері – надавати статті в національні ЗМК, організувати прес-конференції, відповідати на запитання журналістів; організувати тренінг журналістів; аналізувати національний та місцевий медіа-простір.

Створення європейських новин розглядається як триступеневий процес, у якому європейські інституції надають інформацію іноземним кореспондентам у Брюсселі (перший крок), які, у свою чергу, відбирають та редагують новини та постачають їх ЗМК у країнах (другий крок), які інформують громадян країн ЄС (третій крок). Європейська комісія заохочує співпрацю з мас-медіа, гарантуючи редакторську незалежність. Комісія підтримує такі дві незалежні європейські медіа-мережі:

- Euronews: Комісія підтримала створення пан'європейського телевізійного новинарного каналу ще з кінця 90-х рр., бо місія Euronews – задовольнити публічний інтерес щодо інформації про Європу та спільні інституції. Канал працює цілодобово 7 днів на тиждень 11 мовами мовлення;

- Euranet – європейська радіомережа, запущена у 2008 р., яка постійно розширюється і охоплює 22 міжнародні, національні та регіональні професійні європейські радіостанції та 8 університетських радіостанцій; мовлення ведеться 21 мовою.

Комісія також розробляє послугу «a one stop-shop», коли громадяни можуть отримати усю необхідну для них інформації в одному місці – на порталі «Your Europe», який спрощує доступ до інформації та надає допомогу з питань прав громадян ЄС різними мовами. Громадяни мають також можливість робити запити про політики та діяльність ЄС у контактний центр Europe Direct Contact Centre (EDCC), який надає послуги усіма офіційними мовами ЄС через телефон (безкоштовно в країнах ЄС) чи е-пошту. У кінці кожного року Комісія представляє Загальний звіт про діяльність ЄС, який надає інституціям та громадськості інформацію про досягнення Союзу упродовж року. Електронна версія звіту доступна для усіх у мережі, кількість паперових копій обмежена.

У 2011. р. Комісія прийняла стратегію покращення комунікації про ЄС зі школами та молодими людьми. Для поширення інформації для дітей та вчителів створено сайт «Дитячий куточок» (Kid's Corner), де можна знайти ігри, загадки, конкурси та доступну для дітей інформацію про Європу. Уся інформація структурована за віковими групами та доступна усіма офіційними мовами ЄС. Розроблено також «Куточок вчителя», де подані навчальні матеріали для педагогів.

Протягом 2011 р. Генеральний директорат з комунікації заснував мережу соціальних медіа (Social Media Network (SMN)), щоб посилити політичну комунікацію, обмін знаннями та тренінг експертів-практиків соціальних комунікації в усій Комісії. ГД з комунікації керує акаунтами Комісії в Twitter та

Facebook, допомагає Кабінетам, Спікеру та Представникам використовувати соціальні медіа у професійній діяльності.

У 2011 р. Європейський парламент та Eurobarometer уклали рамковий контракт, який уможливило швидкі опитування громадської думки через стаціонарні та мобільні телефони, Інтернет. Це дає змогу опитати цільові групи та ознайомити з результатами Комітети ЄП, окремих посадовців<sup>157</sup>.

*Європейський парламент* виконує такі три головні функції: 1) Європейський парламент ділить з Радою Міністрів ЄС законодавчу владу за процедурою «спільного ухвалення рішень», проте Парламент не має права законодавчої ініціативи; 2) Парламент здійснює демократичний нагляд за діяльністю всіх інституцій ЄС. Він уповноважений схвалювати або відхиляти призначення Президента та членів Колегії комісарів та може висловлювати вотум недовіри Комісії в цілому; 3) разом з Радою Міністрів Парламент контролює бюджет ЄС і в такий спосіб впливає на витрати ЄС. Парламент затверджує або відхиляє бюджет в цілому.

Через ухвалення резолюцій Європейський парламент може висловлювати своє ставлення до тих чи інших аспектів політики Європейського Союзу, міжнародних подій або ж процесів у третіх країнах. На його пленарних засіданнях відбуваються цікаві політичні дискусії з найрізноманітніших питань. Резолюції Європейського парламенту не відображають офіційної позиції Європейського Союзу з відповідного питання.

У ЄП працює ціла низка комітетів, а його депутати є потенційними джерелами яскравих, розлогих коментарів і цікавих інтерв'ю. Коментарі можна також отримати від членів постійних делегацій Європейського парламенту в тій чи тій державі, зокрема Україні. Варто також пам'ятати, що з кожного питання, яке обговорюється на пленарному засіданні Європейського парламенту, існують доповідачі та співдоповідачі, які є фахівцями у цій сфері; у них також можна взяти цікаві коментарі. Коментарі депутатів Парламенту, членів його комітетів,

---

<sup>157</sup> Карпчук Н. П. Засади комунікаційної політики: досвід країн-членів Європейського Союзу: монографія / Н. П. Карпчук. – Луцьк : Вежа-Друк, 2015. – С. 166- 196.

а також представників делегацій Європейського парламенту не можуть трактуватись як офіційна позиція Європейського Союзу з відповідних питань.

І пленарні засідання, і засідання комітетів проходять у відкритому для преси режимі. На відміну від Європейської комісії та Ради ЄС, у Європейському парламенті немає речників; речник є тільки у його Президента. Проте осіб, уповноважених задовольняти інформаційні потреби преси, досить багато. Насамперед існують спеціалізовані координатори з питань ЗМІ, які відповідають за ті чи інші парламентські комітети, і саме через них можна отримати інформацію; те саме стосується організації інтерв'ю з керівництвом комітетів тощо.

У ЄП також працює чимало речників політичних груп: вони і пояснюють позицію групи з того чи іншого питання, і допомагають встановити контакт з депутатами. Хоча, шукаючи контактів з парламентарями, легко обійтись і без посередництва: кожен депутат має власну сторінку на сайті Європейського парламенту, на якій розміщено електронні адреси та інші координати. У сучасному складі Європейського парламенту кожна політична група має власну прес-службу. Щодо більш широкого кола питань щодо Європейського Парламенту можна звертатись до речника Президента Парламенту та його прес-секретарів.

Веб-сайт Європейського парламенту ([www.europarl.europa.eu](http://www.europarl.europa.eu)) досить зручний у користуванні, має сторінку для преси, де розміщуються прес-релізи та інші інформаційні продукти. Крім цього, на сайті можна знайти всю інформацію, дотичну до засідань Парламенту: порядок денний, документи, стенограми.

Можливості:

- «News» – розділ прес-служби, де розміщено основні поточні новини, контакти працівників прес-служби, анонси програм каналу EuroParlTV, а також прес-архів;

- «Parliament» – вітальне слово Президента Парламенту, опис його структури та функцій, підрозділи, присвячені бюджету та багатомовності, зв'язок з громадянами;

- «You MEPs» – списки членів Парламенту за країнами, регіонами та поіменно, роль окремого депутата, оновлення складу депутатів;

- «Activities» – інформація про поточні та майбутні пленарні засідання, зустрічі комітетів, делегацій та відповідні архіви;

- «EP live» – матеріали для медіа-фахівців, мультимедійна бібліотека, розклад передач, трансляцій на живо тощо.

Європейський парламент видає низку інформаційних публікацій, які можуть бути корисними для журналістів. Ці видання можна отримувати електронною поштою, попередньо звернувшись до прес-служби або відвідуючи на веб-сайті Парламенту розділ «Press room»:

- «Agenda» – щотижневе видання з переліком запланованих заходів Парламенту на наступний тиждень;

- «Press releases» – оперативні повідомлення про пленарні засідання, підсумки парламентських комітетів та інші важливі події;

- «Background notes» – спеціальні видання, наповнені докладною інформацією на особливо актуальні теми;

- «Briefing (Plenary sessions)» – підсумкові повідомлення про порядок денний наступного пленарного засідання, які публікуються за тиждень до їх початку;

- «Post-Briefing (Plenary sessions)» – огляди проведених пленарних засідань та голосувань, які публікуються всіма офіційними мовами ЄС упродовж тижня після сесії;

- «National angles» – статті, присвячені особливо актуальним темам в окремих країнах ЄС;

- «Highlights» – добірка статей про головні проблеми, з якими нещодавно мав справу Парламент.



У вересні 2008 р. Європейський парламент відкрив власний канал телебачення EuroParlTV. Його можна дивитися в режимі он-лайн на відповідному веб-сайті. На веб-сайті каналу є чотири основних розділи:

- «Your Parliament» – програми для тих, кого особливо цікавить політична боротьба на рівні ЄС, зокрема інформованих громадян, промислові групи, соціальні партнери, лобісти, науковці та працівники інституцій ЄС;
- «Your Voice» – програми, які надають можливість широкій громадськості висловили свою думку з приводу актуальних проблем ЄС;
- «Young Europe» – розділ, спрямований на дітей шкільного віку, які активно користуються Інтернетом та є майбутнім електоратом ЄС;
- «Parliament Live» – надає постійну трансляцію подій в ЄП, дебати на пленарних засіданнях, а також посилання на архіви сесій Парламенту;
- «Video Library» – відеобібліотека каналу.

*Рада Європейського Союзу* – основний орган ЄС, наділений найбільшими владними повноваженнями. Оскільки зустрічі Ради ЄС відбуваються нерегулярно, прес-служба готує додаткову інформацію англійською та французькою мовами. Після зустрічей на веб-сайті Ради публікуються висновки. Інформаційний потік, що йде від Ради, можна чітко розділити на дві частини: одна стосується власне засідань Ради Міністрів, друга – це практично щоденний інформаційний конвеєр, який стосується саме зовнішньополітичної функції Ради ЄС. Ця інформація надходить від служби Високого представника ЄС з питань спільної зовнішньої та безпекової політики або від служб Головування Ради ЄС. Прес-секретарі Ради ЄС часто говорять на умовах анонімності. Посилання на них в журналістських матеріалах звучать як «джерела в ЄС» або «чиновники ЄС», проте їхні імена або посади не називаються. Проте іноді прес-секретарі можуть давати коментарі «on-the-record», якщо про це домовлено.

Країни Європейського Союзу по чергово головує в Раді ЄС. Упродовж Головування в Раді ЄС країна не лише координує спільну роботу держав-членів Союзу, але й є двигуном процесу прийняття політичних та законодавчих

рішень. З нагоди Головування країна створює потужну інформаційну службу, яка є ще одним джерелом регулярної інформації про ЄС, зокрема, представляє свій інформаційний веб-сайт, на якому щоденно розміщуються новини про останні події, анонси, зовнішньополітичні заяви, декларації тощо.

*Європейська Рада* – найвища інституція ЄС, яка не є постійною. Упродовж зустрічей Європейської Ради прес-служба розповсюджує декларації й попередні висновки Головування з питань, які винесені на обговорення. Їх можна знайти на сайті Ради Європейського Союзу у розділі Press. Для того щоб відвідати Європейську Раду, потрібна особлива акредитація, за якою слід звертатися за шість тижнів до самміту.

На веб-сайті Ради Європейського Союзу у розділі «Council» виділено окремий підрозділ для Європейської Ради. У цьому підрозділі містяться:

- анонси найближчого засідання Європейської Ради, відповідна інформація для медіа, акредитації та корисні посилання;
- «Video Streaming – archives» – архів відеоматеріалів та прес-конференцій попередніх зустрічей;
- «Presidency Conclusions» – архів висновків Головування на основі роботи Європейської Ради;
- «Background notes» – додаткова інформація про найактуальніші проблеми, які обговорюються на зустрічах;
- «Documents submitted to the European Council» – порядок денний та всі документи, які стосуються поточної зустрічі.

*Медіа-висвітлення політик ЄС на національному рівні*<sup>158</sup>. Після того, як у 2005 р. розпочався процес осмислення комунікації ЄС по-новому, однією із основних ініціатив комісара М. Волстром стала структура «двостороннього потоку комунікації» із залученням місцевих журналістів та прес-офісів Європейського парламенту і різноманітних агенцій, які звертаються до Брюсселя й співпрацюють більш-менш незалежно у напрямі визначення

---

<sup>158</sup> Карпчук Н. П. Засади комунікаційної політики: досвід країн-членів Європейського Союзу: монографія / Н. П. Карпчук. – Луцьк : Вежа-Друк, 2015. – С. 166- 196.

комунікаційних стратегій (наприклад, Європейський журналістський центр в Маастрихті чи наднаціональний медіа-портал Euractiv).

Основне завдання наднаціональних акторів – визначати порядок денний та проектувати специфічні дискурси з питань європейської інтеграції, адже вони мають прямі та налагоджені стосунки з наднаціональними інституціями і є достатньо могутніми, щоб визначати політику. Ця частина комунікантів публічної сфери є елітою, тобто складається з інтелектуалів, професіоналів, функціонерів, які мають особливу зацікавленість у питаннях ЄС. Більш проблематичними є покращення управління вертикальною комунікацією, тобто стосунки та взаємодія між наднаціональним, національними та місцевим рівнями. Соціальні актори на нижньому рівні системи європейського керівництва є слабкою частиною публічної сфери, бо мають мало можливостей висловитися з формування європейських питань. Наприклад, актори громадянського суспільства, які працюють на локальному рівні держав-членів, повинні попросити експертів парасолькових організацій наднаціонального рівня, щоб ті представили їх інтереси на інституційних зібраннях ЄС, якщо бажають включити європейський вимір до своєї діяльності.

З 2004 р. Представникам Комісії в державах-членах було надано більшої ваги при організації публічної комунікації у цих державах. Вони повинні стати містками між інтересами у різних територіальних контекстах та перетворювати пріоритети, визначені Брюсселем, у комунікативні повідомлення, які поширюються загальній публіці через Europe Direct. Проте цей процес управління комунікацією зіткнувся із опором національних урядів, які не бажають, щоб представники Комісії отримали такий великий вплив на формування інституційної комунікації.

Однією із труднощів спільного підходу до комунікації є «націоналізація» європейських питань державами-членами, бо спроможність ЄС здійснювати комунікацію суттєво залежить від політичної волі національних урядів сприяти такій комунікації, а не лише від зусиль Комісії. Окрім цього успіх комунікації визначається і тим, як різноманітні медіа висвітлюють питання ЄС. Медіа

подають політики та теми ЄС у своєму контексті через призму політичних, соціальних та культурних орієнтацій та окремих інтересів держав-членів у Європі, ставлячи під сумнів спроби Комісії розвивати транснаціональну публічну сферу.

Отже останніми роками інституції ЄС відчули потребу покращити канали комунікації ЄС через встановлення відносин з урядами держав-членів та новинарними медіа. Інституції ЄС можуть покращити свою репутацію саме завдяки більшій місцевій підтримці. У свою чергу участь громадян у справах ЄС залежить не лише від їхньої мотивації та бажанні долучитися до вирішення наднаціональних політичних питань, а й від їхньої обізнаності у політиках ЄС та процесах прийняття рішень. Доступність надійної інформації про ЄС є передумовою більшої політичної активності громадян. З такої точки зору новинарні медіа відіграють суттєву роль у здобуванні інформації громадянами ЄС про інституції, політики та справи ЄС. Думки громадян залежать від якості та кількості доступної інформації, а національні медіа є одними з перших і найважливіших засобів комунікації ЄС та первинним джерелом інформування.

З 1995 р. ЄС фінансував та організував багато тренінгових курсів для представників медіа через Європейський журналістський центр в Маастрихті; окрім цього змінив внутрішню структуру, винайнявши більше фахівців у сфері PR та комунікації; розробив нову комунікаційну філософію діалогу з громадянами. Відповідно до таких змін Генеральний директорат з преси та комунікації, який у той час відповідав за комунікацію та зв'язки з медіа, був перейменований у Генеральний директорат з комунікації.

Зростаючий інтерес ЄС до національних медіа зумовлений двома факторами: 1) зниження підтримки політик ЄС у поєднанні зі зростанням невдоволення роботою ЄС; 2) усвідомлення Комісією важливості комунікації з різною громадськістю щодо майбутнього ЄС. Огляди «Євробарометра» за 2003 – 2006 рр. засвідчили, що менше 50 % усіх громадян ЄС мають позитивну думку щодо репутації та громадської підтримки ЄС. Комісія вважає, що така ситуація зумовлена спотвореними знаннями громадян про справи ЄС і частково

через ту інформацію, яку вони отримують з місцевих медіа, які втрачають нейтральність та інтерпретують і переробляють інформацію відповідно до бажань політичних партій чи інших лідерів думок .

На думку Комісії, покращення каналів комунікації може сприяти зростанню обізнаності громадян ЄС. Саме медіа відіграють важливу роль у процесі «європеїзації» і розвитку нової європейської ідентичності, бо не лише інформують, а формують громадську думку та впливають на громадську підтримку інституцій ЄС. Більша прозорість у висвітленні діяльності ЄС у медіа може скоротити дистанцію та ворожість громадян. Такий тип інформації частково зумовлений якістю інформації, яка надається прес-секретарями ЄС, та частково їхніми стосунками з національними медіа. Фактично, національні ЗМК мають повноваження відбирати не лише ті повідомлення, які вони вважають придатними для публікації, керуючись власними журналістськими правилами, а й те, що вони вважають цікавим та з надійних джерел.

Усі журналісти держав-членів ЄС отримують більшість інформації про ЄС від прес-секретарів та речників Європейської комісії через офіси національного Представництва. Одна з основних функцій Представництв – встановити тісніші та міцніші контакти з загальною громадськістю, урядами, медіа держав-членів. На своїй веб-сторінці Генеральний директорат з комунікації визначає свою місію «інформувати Комісію про еволюцію точок зору в державах-членах; координувати діяльність Представництв; централізувати всі контакти з медіа; шукати забезпечення спільного підходу до комунікації та інформації в межах Комісії. Це передбачає контакти з Генеральними директоратами та Службами Комісії, які мають інформаційні підрозділи для секторної інформації».

Іншим офіційним джерелом новин про ЄС, з яким часто консультуються журналісти є доповіді, статті, редакторські записки «фабрик думок» та інших неприбуткових організацій: European voice, Euractiv, Центр європейських політичних студій (Centre for European Policy Studies), Agence Europe, асоціації журналістів та ресурсні центри, зокрема International Press Association (API),

Європейська федерація журналістів (European Federation of Journalists (EFJ)), Міжнародний прес-центр (International Press Centre), он-лайн публікації.

Загалом з журналістами прямо контактують прес-секретарі чи інформують непрямо через електронну пошту та бюлетені з різноманітних аспектів порядку денного ЄС, спеціальних подій і політичних рішень. Акредитовані журналісти мають доступ до прес-релізів та бекграундових матеріалів, які розсилаються Комісією через свою віртуальну прес-кімнату; можуть завантажувати аудіовізуальні матеріали та брати участь у зустрічах та семінарах. Їм надається можливість переглядати наживо щоденні брифінги на каналі Europe by Satellite, який також подає сесії Європейського парламенту та деякі прес-конференції Ради міністрів. Хоча Комісія проводить тренінги для підвищення професійності журналістів, однак регіональні та місцеві газети можуть не мати достатньо ресурсів, щоб забезпечити своїм працівникам навчання у Брюсселі.

Більшість регіональних та місцевих журналістів інформують про ЄС лише тоді, коли питання стосується національного порядку денного. Вони отримують матеріали з непрямих джерел: з веб-сторінок, з прес-матеріалів, отриманих національним Представництвом Комісії чи прес-службою уряду, з національних прес-агенцій. Їх контакти з комісарами ЄС, їхніми речниками чи членами Європейського парламенту рідкі.

### ***Питання для розгляду на семінарах:***

1. Політика інформаційного суспільства ЄС. Доповідь М. Бангеманна
2. Ініціатива «е-Європа» й наступні документи з питань побудови європейського інформаційного суспільства
3. Рамкові програми науково-технічного розвитку ЄС
4. Поняття «комунікаційна політика ЄС»
5. Розвиток комунікаційної політики ЄС
6. Інформаційна діяльність Європейського парламенту
7. Інформаційна діяльність Європейської комісії

8. Діяльність інформаційних центрів Європейської комісії
9. Аудіовізуальна та медіа-політика ЄС
10. Мовна політика ЄС

***Завдання для лабораторних робіт:***

1. Дослідіть діяльність Генерального Директорату з комунікації ЄС: місія, цілі, ініціативи, ефективність діяльності тощо (сайт ЄС: DG Communication

[http://ec.europa.eu/dgs/communication/about/what\\_we\\_do/index\\_en.htm](http://ec.europa.eu/dgs/communication/about/what_we_do/index_en.htm))

2. Дослідіть діяльність Генерального Директорату з інформатики ЄС: місія, цілі, ініціативи, ефективність діяльності тощо (сайт ЄС: Directorate-General for Informatics (DIGIT)

[http://ec.europa.eu/dgs/informatics/identity\\_en.htm](http://ec.europa.eu/dgs/informatics/identity_en.htm)).

3. Дослідіть діяльність Генерального Директорату з перекладів ЄС (ГД з письмового та ГД з усного перекладів): місія, цілі, ініціативи, ефективність діяльності тощо (сайт ЄС: DG Translation

[http://ec.europa.eu/dgs/translation/index\\_en.htm](http://ec.europa.eu/dgs/translation/index_en.htm)).

## РОЗДІЛ 5

### МІЖНАРОДНА ІНФОРМАЦІЙНА БЕЗПЕКА

#### § 1. Інформаційна безпека

Інформаційна безпека – невід’ємна частина політичної, економічної, оборонної та інших складових національної безпеки. В науковій літературі сутність категорії **«інформаційна безпека»** розкривають неоднозначно, зокрема<sup>159</sup>:

- інформаційна безпека особи, суспільства, держави – це стан їхньої інформаційної озброєності (духовної, інтелектуальної, морально-етичної, політичної), за якого жодні зовнішні інформаційні впливи неспроможні викликати деструктивні думки й дії, що призводять до негативних відхилень на шляху стійкого прогресивного розвитку названих суб’єктів;

- інформаційна безпека – єдність концептуальних, теоретичних і технічних основ забезпечення на інформаційному рівні безпеки всіх сфер державної й суспільної діяльності (політичної, економічної, соціальної, військової, економічної, духовної та ін.), а також сфер формування, циркулювання, накопичення і використання інформації (інформаційний простір, інформаційні ресурси, інформаційно-аналітичне забезпечення органів державного управління в усіх різновидах діяльності);

- в організаційно управлінському аспекті (статичному, статистичному та щодо інтересу суб’єктів суспільних відносин) категорія «інформаційна безпека» розглядається як стан захищеності життєво важливих інтересів особи, суспільства й держави, при якому зводиться до мінімуму завдання збитку через неповноту, невчасність і недостовірність інформації, негативний інформаційний вплив, негативні наслідки функціонування інформаційних технологій, а також через несанкціоноване поширення інформації;

---

<sup>159</sup> Почепцов Г. Інформаційна політика: навчальний посібник. 2-ге вид. / Почепцов Г., Чукут С. – К.: Знання, 2008. – 663 с.



• «інформаційна безпека» – стан захищеності інформаційного середовища суспільства, що забезпечує її формування й розвиток в інтересах громадян, організацій і держави;

• в інформаційному праві інформаційна безпека – це одна із сторін розгляду інформаційних відносин у межах інформаційного законодавства з позиції захисту життєво важливих інтересів особи, суспільства, держави і акцентування уваги на загрозах цим інтересам, на механізмах усунення або запобігання таким загрозам правовими методами;

• «безпека інформаційної системи» – заходи, які охороняють інформаційну систему від несанкціонованого доступу, випадкового чи зловмисного втручання в нормальні дії або намагання зруйнувати її компоненти<sup>160</sup>.

Об'єктивно категорія «інформаційна безпека» виникла з появою засобів інформаційних комунікацій між людьми, а також з усвідомленням наявності у людей і їхніх співтовариств інтересів, яким може бути завдано збитку шляхом дії на засоби інформаційних комунікацій, наявність і розвиток яких забезпечує і задає інформаційний обмін між всіма елементами соціуму.

Враховуючи вплив на трансформацію ідей інформаційної безпеки, можна виділити декілька етапів у розвитку засобів інформаційних комунікацій:

• I етап – до 1816 р. – характеризується використанням природно виникаючих засобів інформаційних комунікацій. У цей період основне завдання інформаційної безпеки полягало в захисті відомостей про події, факти, майно, місцезнаходження й інші дані, що мають для людини особисто або співтовариства, до якого вона належала, життєве значення.

• II етап – починаючи з 1816 р. – пов'язаний з початком використання штучно створюваних технічних засобів електро- і радіозв'язку. Для забезпечення скритності і перешкодостійкості радіозв'язку необхідно було використовувати досвід першого періоду інформаційної безпеки на вищому технологічному рівні, а саме: застосування перешкодостійкого кодування

---

<sup>160</sup> Міжнародна інформаційна безпека: сучасні виклики та загрози / Л. В. Губерський, Є. А. Макаренко, В. П. Гондюл та ін.. – К.: Наша культура і наука, 2007. – 916 с.

повідомлення (сигналу) з подальшим декодуванням прийнятого повідомлення (сигналу).

- III етап – починаючи з 1935 р. – пов'язаний з появою засобів радіолокацій і гідроакустики. Основним способом забезпечення інформаційної безпеки в цей період було поєднання організаційних і технічних заходів, спрямованих на підвищення захищеності засобів радіолокацій від дії на їхні приймальні пристрої активними маскуючими і пасивними імітуючи ми радіоелектронними перешкодами.

- IV етап – починаючи з 1946 р. – пов'язаний з винаходом і впровадженням в практичну діяльність електронно-обчислювальних машин (комп'ютерів). Завдання інформаційної безпеки вирішувалися, в основному, методами і способами обмеження фізичного доступу до устаткування засобів добування, переробки і передачі інформації.

- V етап – починаючи з 1965 р. – обумовлений створенням і розвитком локальних інформаційно-комунікаційних мереж. Завдання інформаційної безпеки також вирішувалися, в основному, методами і способами фізичного захисту засобів добування, переробки і передачі інформації, об'єднаних в локальну мережу шляхом адміністрування і управління доступом до мережевих ресурсів.

- VI етап – починаючи з 1973 р. – пов'язаний з використанням надмобільних комунікаційних пристроїв з широким спектром завдань. Загрози інформаційній безпеці стали набагато серйознішими. Для забезпечення інформаційної безпеки в комп'ютерних системах з безпроводними мережами передачі даних потрібно було розробити нові критерії безпеки. Утворилися співтовариства людей – хакерів, що ставлять собі за мету нанесення збитку інформаційній безпеці окремих користувачів, організацій і цілих країн. Інформаційний ресурс став найважливішим ресурсом держави, а забезпечення його безпеки – найважливішою і обов'язковою складовою національної безпеки. Формується інформаційне право – нова галузь міжнародної правової системи.

• VII етап – починаючи з 1985 р. – пов’язаний із створенням і розвитком глобальних інформаційно-комунікаційних мереж з використанням космічних засобів забезпечення. Можна припустити що черговий етап розвитку інформаційної безпеки, очевидно, буде пов’язаний з широким використанням надмобільних комунікаційних пристроїв з широким спектром завдань і глобальним охопленням у просторі та часі, забезпечуваним космічними інформаційно-комунікаційними системами. Для вирішення завдань інформаційної безпеки на цьому етапі необхідним є створення макросистеми інформаційної безпеки людства під егідою провідних міжнародних форумів.

*Суб’єктами інформаційної безпеки* є: держава, що здійснює свої функції через відповідні органи; громадяни, суспільні або інші організації й об’єднання, що володіють повноваженнями забезпечувати інформаційну безпеку відповідно до законодавства. *Об’єктами інформаційної безпеки* можуть бути: свідомість, психіка людей; інформаційні системи різного масштабу і різного призначення. До соціальних об’єктів інформаційної безпеки звичайно відносять особу, колектив, суспільство, державу, світове співтовариство.

Інформаційна безпека є характеристикою стабільного, стійкого стану системи, яка при впливі внутрішніх та зовнішніх загроз та небезпек зберігає суттєво важливі характеристики для власного існування.

Основні *характеристики* інформаційної безпеки:

1) доступність – можливість за прийнятний час отримати інформаційну послугу будь-яким суб’єктом виконавчої влади;

2) цілісність – актуальність і несуперечливість інформації, її захищеність від руйнування і несанкціонованої зміни;

3) конфіденційність – захист від несанкціонованого ознайомлення.

Додатково також використовують такі властивості:

• апелювання – можливість довести, що автором є саме заявлена людина (юридична особа), і ніхто інший;

- підзвітність – властивість інформаційної системи, що дає змогу фіксувати діяльність користувачів, використання ними пасивних об'єктів та однозначно встановлювати авторів певних дій в системі;

- достовірність – властивість інформації, яка визначає ступінь об'єктивного, точного відображення подій, фактів, що мали місце;

- автентичність – властивість, яка гарантує, що суб'єкт або ресурс ідентичні заявленим.

*Рівні інформаційної безпеки:*

- нормативно-правовий – закони, нормативно-правові акти тощо;

- адміністративний – дії загального характеру, які вживаються органами державного управління;

- процедурний – конкретні процедури забезпечення інформаційної безпеки;

- програмно-технічний – конкретні технічні заходи забезпечення інформаційної безпеки.

*Види інформаційної безпеки:* 1) інформаційна безпека особи – це захищеність психіки і свідомості людини від небезпечних інформаційних впливів: маніпулювання свідомістю, дезінформування, спонукання до самогубства, образ тощо; 2) інформаційна безпека держави (суспільства) характеризується ступенем захищеності держави (суспільства) та стійкості основних сфер життєдіяльності (економіки, науки, техносфери, сфери управління, військової справи тощо) стосовно небезпечних (дестабілізуючих, деструктивних, що уражають державні інтереси і т.ін.) інформаційних впливів, причому як з упровадження, так і добування інформації. Інформаційна безпека держави визначається здатністю нейтралізувати такі впливи; 3) інформаційна безпека організації – цілеспрямована діяльність її органів та посадових осіб з використанням дозволених сил і засобів для досягнення стану захищеності інформаційного середовища організації, що забезпечує її нормальне функціонування і динамічний розвиток<sup>161</sup>.

---

<sup>161</sup> Почепцов Г. Інформаційна політика: навчальний посібник. 2-ге вид. / Почепцов Г., Чукут С. – К.: Знання, 2008. – 663 с.

*Концепція інформаційної безпеки держави*<sup>162</sup> – це систематизована сукупність відомостей про інформаційну безпеку держави та шляхи її забезпечення. У концепції інформаційної безпеки держави:

- проведено системну класифікацію дестабілізуючих факторів і інформаційних загроз безпеці особи, суспільства і держави;
- обґрунтовано основні положення з організації забезпечення інформаційної безпеки держави;
- розроблено пропозиції стосовно способів форм забезпечення інформаційної безпеки.

*Дестабілізуючі чинники інформаційної безпеки*<sup>163</sup> – явища й процеси природного і штучного походження, що породжують інформаційні загрози. Джерелами дестабілізуючих факторів можуть бути як окремі особи, так і організації та їхні об'єднання. До найбільш сильних із них відносять ворожі держави або коаліції ворожих держав, в яких для формування інформаційних загроз створюються і функціонують спеціальні органи і служби.

Особливу групу джерел складають інформаційні системи і засоби, оскільки вони одночасно є знаряддям приведення в дію інформаційних загроз, каналом їхнього проникнення у свідомість особи або суспільну свідомість і генератором спонтанних загроз, що виникають внаслідок технічних несправностей й інших причин.

Джерелом дестабілізуючих чинників може бути також природне середовище.

Сукупність джерел разом із властивими їм видами дестабілізуючих чинників формують цілий спектр інформаційних загроз, що впливають на стан інформованості особи, суспільства й держави. До них відносяться: викрадення, знищення, втрата, приховування, спотворення, розголошення, фальсифікація,

---

<sup>162</sup> Почепцов Г. Інформаційна політика: навчальний посібник. 2-ге вид. / Почепцов Г., Чукут С. – К.: Знання, 2008. – 663 с.

<sup>163</sup> Кавун С. В. Інформаційна безпека: навчальний посібник / С. В. Кавун, В. В. Носов, О. В. Манжай. – Харків: Вид. ХНЕУ, 2008. – 352 с.

компрометація корисної (істинної) інформації, а також фабрикування, розповсюдження і впровадження дезінформації.

Кожному джерелу властиві певні види дестабілізуючих чинників, які можна представити двома групами: міждержавні дестабілізуючі чинники і внутрідержавні дестабілізуючі чинники.

До внутрішньодержавних дестабілізуючих чинників відносять:

- правовий вакуум з питань забезпечення інформаційної безпеки;
- навмисне або ненавмисне порушення законодавства з питань інформаційної безпеки;
- політичні конфлікти;
- зловмисні дії злочинних елементів або груп;
- відмови, збої, технічні помилки інформаційних систем (засобів);
- природні явища (процеси), що утруднюють одержання, передачу, прийом і зберігання інформації або руйнують інформаційні системи.

Міждержавні дестабілізуючі чинники – це конфлікти різноманітних масштабів і проявів (в економіці, політиці, ідеології, дипломатії і т.ін.).

**Класифікація загроз інформаційній безпеці.** *Загрози інформаційній безпеці* – сукупність умов і факторів, що створюють небезпеку життєво важливим інтересам особи, суспільства і держави в інформаційній сфері. Основні загрози інформаційній безпеці можна розділити на три групи:

- загрози впливу неякісної інформації (недостовірної, фальшивої, дезінформації) на особу, суспільство, державу;
- загрози несанкціонованого і неправомірного впливу сторонніх осіб на інформацію й інформаційні ресурси (на виробництво інформації, інформаційні ресурси, на системи їхнього формування й використання);
- загрози інформаційним правам і свободам особи (праву на виробництво, розповсюдження, пошук, одержання, передавання і використання інформації; праву на інтелектуальну власність на інформацію і речову власність на документовану інформацію; праву на особисту таємницю; праву на захист честі й достоїнства тощо).

Чинники загроз за видовою ознакою поділяються:

1) політичні :

- зміни геополітичної обстановки внаслідок фундаментальних змін у різноманітних регіонах світу, зведення до мінімуму ймовірності світової ядерної війни;

- інформаційна експансія розвинених країн, які здійснюють глобальний моніторинг світових політичних, економічних, воєнних, екологічних та інших процесів, та розповсюджують інформацію з метою здобуття односторонніх переваг;

- становлення нової державності в пострадянських країнах на основі принципів демократії, законності, інформаційної відкритості;

- знищення колишньої командно-адміністративної системи державного управління, а також системи забезпечення безпеки;

- порушення інформаційних зв'язків унаслідок утворення нових держав;

- низька загальна правова та інформаційна культура сторін тощо;

2) економічні:

- перехід на ринкові відносини в економіці, поява на ринку великої кількості національних і закордонних комерційних структур – виробників та споживачів інформації, засобів інформатизації та захисту інформації, включення інформаційної продукції в систему товарних відносин;

- критичний стан національних галузей промисловості, яка виробляє засоби інформатизації та захисту інформації;

- розширення кооперації з іншими країнами в розвитку інформаційної інфраструктури тощо;

3) організаційно-технічні:

- недостатня нормативно-правова база у сфері інформаційних відносин;

- недостатнє регулювання державою процесів функціонування та розвитку ринку засобів інформатизації, інформаційних продуктів та послуг;

- широке використання у сфері державного управління й кредитно-фінансової сфери незахищених від витоку інформації імпортних технічних та програмних засобів для зберігання, обробки й передачі інформації;

- зростання обсягів інформації, яка передається відкритими каналами зв'язку;

- загострення криміногенної обстановки, зростання числа комп'ютерних злочинів, особливо в кредитно-фінансовій сфері тощо.

Ієрархічна класифікація загроз інформаційній безпеці:

1) глобальні фактори загроз інформаційній безпеці:

- недружня політика іноземних держав у галузі глобального інформаційного моніторингу, розповсюдження інформації та нових інформаційних технологій;

- діяльність іноземних розвідувальних та спеціальних служб;

- діяльність іноземних політичних та економічних структур, спрямована проти інтересів держави;

- злочинні дії міжнародних груп, формувань та окремих осіб;

2) регіональні фактори загроз інформаційній безпеці:

- невідповідність інформаційного забезпечення державних та суспільних інститутів сучасним вимогам управління економічним, політичним та соціальним процесам;

- відставання від розвинених країн світу з темпів та масштабів розробки й впровадження нових інформаційних технологій;

- недопустимо високий рівень технологічної залежності держави від розвинених держав через широке використання імпортних засобів обчислювальної техніки, систем телекомунікації, зв'язку й інформаційних технологій;

- розвиток закордонних технічних засобів розвідки й промислового шпіонажу, що дає змогу одержати несанкціонований доступ до конфіденційної інформації, у тому числі такої, що складає державну таємницю;

- зростання злочинності в інформаційній сфері;



- використання старих методів та засобів захисту національних інформаційних мереж, широке розповсюдження комп'ютерних вірусів, призначених для ураження систем управління та зв'язку;

- відсутність ефективної системи забезпечення цілісності, незмінності та схоронності нетаємної інформації, у тому числі такої, що є інтелектуальною власністю;

2) локальні фактори загроз інформаційній безпеці:

- перехоплення електронних випромінювань;
- застосування підслуховуючих засобів;
- дистанційне фотографування;
- розкрадання носіїв інформації та промислових відходів;
- копіювання носіїв інформації з подоланням заходів захисту;
- незаконне приєднання до апаратури та ліній зв'язку;
- упровадження та використання комп'ютерних вірусів тощо<sup>164</sup>.

Проте найбільш небезпечними джерелами загроз інтересам держави в інформаційному суспільстві може стати неконтрольоване розповсюдження інформаційної зброї та розгортання гонки озброєнь у цій галузі, спроби реалізації концепції ведення інформаційних війн.

*Поняття інформаційної зброї*<sup>165</sup> визначають як сукупність засобів, методів і технологій, що забезпечують можливість силового впливу на інформаційну сферу протилежної сторони з метою руйнування її інформаційної інфраструктури, системи управління державою, зниження духовного потенціалу суспільства.

Потужність інформаційної зброї зумовлена чисельністю її переваг, а саме:

- універсальністю (не залежить від кліматичних чи географічних особливостей об'єкта інформаційної атаки);
- прихованістю;

---

<sup>164</sup> Кавун С. В. Інформаційна безпека: навчальний посібник / С. В. Кавун, В. В. Носов, О. В. Манжай. – Харків: Вид. ХНЕУ, 2008. – 352 с.

<sup>165</sup> Міжнародна інформація: терміни і коментарі. Навчальний посібник / Макаренко Є. А., Рижков М. М., Кучмії О. П., Фролова О. М. – Вид. 2-ге, доповн. та переробл. – К.: Центр вільної преси, 2016. – С. 286.

- економічною ефективністю;
- масштабністю застосування;
- володіння ефектом «ланцюгової реакції».

Зрозуміло, що не вся інформація може бути зброєю впливу, а тільки та, яка буде відповідати таким умовам:

- висвітлювати і розповсюджувати правдиву, але не вигідну інформацію, що приховується об'єктом інформаційної атаки;
- легко сприйматися масами;
- вміло завуальовувати її цілеспрямований «підривний» вплив.

Сьогодні існують різноманітні класифікації інформаційної зброї. Однак, найвідомішими та ефективними видами є:

- небезпечна інформація;
- психотронна зброя;
- технічна інформаційна зброя.

Основними способами і методами застосування інформаційного зброї може бути:

- завдання збитків окремим фізичним елементам інформаційної інфраструктури (руйнація мереж електроживлення, створення перешкод, використання спеціальних програм, що стимулюють виведення з ладу апаратних коштів, і навіть біологічних й хімічних способів руйнації елементарної бази);

- знищення чи ушкодження інформаційних, програмних і технічних ресурсів противника, подолання систем захисту, впровадження вірусів, програмних закладок і логічних бомб;

- вплив на програмне забезпечення та й системи управління з метою їх спотворення чи модифікації;

- загроза чи здійснення терористичних актів у інформаційному просторі;

- захоплення каналів ЗМІ з метою поширення дезінформації, чуток, демонстрації сили та доведення своїх вимог;

- знищення і придушення ліній зв'язку, штучне перевантаження вузлів комутації;

- вплив на операторів інформаційних і телекомунікаційних систем з допомогою мультимедійних і програмних засобів для введення інформації у підсвідомість чи погіршення здоров'я;

- вплив на комп'ютерне устаткування бойової техніки і озброєнь з метою виведення їх із ладу.

До більш витончених способів застосування інформаційної зброї відносяться приховані дії на програмне забезпечення комп'ютерних систем:

- комп'ютерні віруси;
- засоби придушення інформаційного обміну в телекомунікаційних мережах;
- фальсифікації інформації в каналах державного та військового управління.

Загроза інформаційної зброї полягає в її невланності. Якщо вона встигла проникнути в інформаційний простір держави то зупинити всеосяжність її дій буде неймовірно складно. Враховуючи, що інформаційна зброя часто орієнтована і на свідомість, і на емоції людини, наслідки її використання можуть бути непередбачуваними. Дослідники також вказують, що у більшості випадків очікування та реальність кінцевого результату застосування інформаційної зброї не збігаються зі своїми первинними цілями, оскільки напрям її функціонування може змінитися з точністю навпаки.

**Забезпечення інформаційної безпеки<sup>166</sup>** – сукупність заходів, призначених для досягнення стану захищеності потреб особи, суспільства й держави в інформації.

Держава здійснює свої заходи через відповідні органи, а громадяни, суспільні організації і об'єднання, що мають необхідні повноваження,

---

<sup>166</sup> Почепцов Г. Інформаційна політика: навчальний посібник. 2-ге вид. / Почепцов Г., Чукут С. – К.: Знання, 2008. – 663 с.

відповідно до законодавства. В основу забезпечення інформаційної безпеки держави повинні бути покладені наступні *принципи*:

- законність, дотримання балансу інтересів особи, суспільства і держави;
- взаємна відповідальність суб'єктів забезпечення інформаційної безпеки;
- інтеграція систем національної і міжнародної безпеки.

Специфічними принципами забезпечення інформаційної безпеки є:

- превентивний характер проведення її заходів стосовно заходів інших видів безпеки;

- адекватна інформованість об'єктів безпеки, включно й міжнародних.

*Превентивність* зумовлена властивою людині послідовністю виконання операцій, що складає будь-яку елементарну дію. Усе починається з приймання (добування) інформації, а закінчується активною дією – реакцією на одержану інформацію. Оскільки це стосується будь-якого виду діяльності, то можна стверджувати, що даний принцип є загальним і його дія розповсюджується на всі сфери безпеки особи, суспільства й держави.

*Адекватна інформованість* об'єктів безпеки означає, що всі вони мають право володіти інформацією про явища і процеси, що їх цікавлять, обмежене тільки законодавчо з метою охорони особистої, сімейної, професійної, комерційної та державної таємниці, а також моралі.

Права та свободи суспільства стосовно пошуку, володіння й розповсюдження інформації повинні регулюватися законодавчими актами, які видаються щодо специфіки діяльності суспільних об'єднань та організацій або змісту інформації. Наприклад, адекватна інформованість суспільства про його матеріальні цінності досягається у сфері нормотворчості та правозастосування законодавства про захист комерційної таємниці. Права та свободи суспільства в духовній сфері повинні захищати законодавчі акти, які визначають порядок освіти та функціонування освітніх, просвітницьких, культурних, релігійних організацій, а також засобів масової інформації.

В основі прав і свобод держави у сфері її інформованості з питань світової політики, економіки, науки, ресурсів, екології, оборони і т.ін. лежать діючі

норми та принципи міжнародного права. Головним слід уважати *принцип рівної безпеки*. Стосовно інформаційної сфери можна говорити про його трансформацію в *принцип адекватної інформованості держав світового співтовариства*, який передбачає право кожної держави на інформаційну безпеку, забезпечення інформаційної безпеки усіх членів співтовариства рівнозначно, врахування інтересів усіх сторін без будь-якої дискримінації, виключення односторонніх переваг, відмова від дій, що шкодять іншій державі.

Законодавча база, яка визначає перелік відомостей, що віднесені до державної таємниці, механізм та порядок її захисту повинні розроблюватися виходячи із наведеного принципу, а також багатосторонніх угод держав, які входять до міжнародної системи інформаційної безпеки.

*Державна система забезпечення інформаційної безпеки країни*<sup>167</sup> – організаційне об'єднання державних органів, а також сил та засобів інформаційної безпеки, що виконують свої функції на основі закону під контролем і захистом судової влади. Державна система складає найважливішу ланку системи інформаційної безпеки особи, суспільства і держави в правовій державі.

Основними завданнями такої системи є:

- виявлення і прогнозування дестабілізуючих факторів й інформаційних загроз життєво важливим інтересам особи, суспільства, держави;
- здійснення комплексу оперативних і довготривалих заходів з їхнього попередження і усунення;
- створення і підтримання в готовності сил та засобів забезпечення інформаційної безпеки.

Інформаційну безпеку забезпечують: міжнародні організації; державні органи (Відділи спецслужб держави (Служба безпеки України)), спеціально уповноважений орган держави з питань захисту інформації (зараз в Україні – це Державна служба спеціального зв'язку та захисту інформації); підрозділи

---

<sup>167</sup> Почепцов Г. Інформаційна політика: навчальний посібник. 2-ге вид. / Почепцов Г., Чукут С. – К.: Знання, 2008. – 663 с.

підприємства (окремий відділ Служби безпеки підприємства, окрема Служба захисту інформації (сама назва «Служба» не є обов'язковою)).

Органи (служби) інформаційної безпеки можуть створюватися (на законодавчих засадах) і в недержавних структурах для захисту своїх потреб в забезпеченні необхідною інформацією. Такі органи на основі укладення відповідних угод можуть бути приєднані до єдиної державної системи інформаційної безпеки, наприклад: органи зовнішньої розвідки, інформаційні служби різноманітних міністерств, система технічного та криптографічного захисту інформації держави і т.ін.

**Основні форми і способи забезпечення інформаційної безпеки держави<sup>168</sup>**. Форми і способи забезпечення інформаційної безпеки утворюють власне інструмент, через який сили інформаційної безпеки вирішують весь комплекс завдань із захисту життєво важливих інтересів особистості, суспільства та держави. Найважливіша вимога до обґрунтування способів, форм і механізмів їхньої реалізації полягає в абсолютному верховенстві права у будь-якій, в тому числі і політичній, діяльності. Своєю чергою, кожний суб'єкт інформаційного процесу повинен мати відповідну правову свідомість, бути законослухняним, добре усвідомлювати наслідки своїх дій для інших суб'єктів та міру відповідальності у разі порушення їхніх життєво важливих інтересів.

Застосування форм і способів залежить від того, чи є інформаційні загрози наслідком ненавмисних чи навмисних дій суб'єктів інформаційного процесу. У першому випадку забезпечення інформаційної безпеки здійснюється у формах інформаційного патронату й інформаційної кооперації, у другому – у формі інформаційного протиборства

*Інформаційний патронат* – форма забезпечення інформаційної безпеки фізичних і юридичних осіб з боку держави. Він припускає забезпечення органів управління системи інформаційної безпеки держави відомостями про дестабілізуючі фактори і загрози стану інформованості фізичних і юридичних

---

<sup>168</sup> Почепцов Г. Інформаційна політика: навчальний посібник. 2-ге вид. / Почепцов Г., Чукут С. – К.: Знання, 2008. – 663 с.

осіб (інформаційне забезпечення інформаційної безпеки) і власне захист життєво важливих інтересів цих осіб від інформаційних загроз, тобто інформаційний захист.

При цьому інформаційне забезпечення інформаційної безпеки включає збирання (добування) відомостей про дестабілізуючі фактори та інформаційні загрози, їхнє оброблення, обмін інформацією між органами керування і силами й засобами системи інформаційної безпеки. Його основу складає збирання (добування) необхідних відомостей, здійснюване в процесі розвідувальної, контррозвідувальної, оперативно-розшукової і оперативно-інформаційної діяльності.

Інформаційний захист досягається шляхом внесення до порядку законодавчої ініціативи законопроектів, здійснення судового захисту, проведення оперативних заходів силами і засобами інформаційної безпеки.

*Інформаційна кооперація* – форма забезпечення інформаційної безпеки між рівноправними суб'єктами інформаційного процесу інформаційного (фізичними, юридичними, міжнародними), які включає сукупність їхніх взаємоузгоджених дій, спрямованих на одержання відомостей про дестабілізуючі фактори, дестабілізуючі інформаційні загрози та захист від них доступними законними способами і засобами.

Для конкретної особистості такими способами і засобами можуть бути:

- судовий захист прав і свобод у використанні інформації;
- адміністративний захист її життєво важливих інтересів щодо інформованості з боку територіальних або відомчих органів інформаційної безпеки;
- автономний захист своїх прав і свобод в основному із застосуванням технічних засобів захисту, особистої, сімейної і професійної таємниці.

Для розв'язання соціальних конфліктів різноманітного масштабу останнім часом усе частіше використовується інформаційна сфера, яка породжує таке явище як *інформаційне протиборство*, що характеризується, з одного боку, впливом на системи добування, оброблення, розповсюдження та зберігання

інформації противника, а з іншого – застосуванням заходів захисту своїх подібних систем від деструктивного та керованого впливу.

Інформаційна сфера – це сфера діяльності суб'єктів, пов'язана зі створенням, перетворенням і споживанням інформації. Інформаційна сфера умовно поділяється на три основні предметні частини:

- створення і розповсюдження вихідної та похідної інформації;
- формування інформаційних ресурсів, підготовки інформаційних продуктів, надання інформаційних послуг;
- створення і застосування інформаційних систем, інформаційних технологій і засобів їхнього забезпечення;
- створення і застосування засобів і механізмів інформаційної безпеки.

Інформаційне протиборство здійснюється між різноманітними видами соціальних суб'єктів (осіб, суспільств, держав, наднаціональних утворень), проте такі конфліктні взаємодії мають певні відносно стійкі ознаки, які у їхній сукупності утворюють окремі форми: інформаційна війна, інформаційний тероризм, інформаційна злочинність.

## **§ 2. Постановка проблеми міжнародної інформаційної безпеки**

*Міжнародна інформаційна безпека*<sup>169</sup> – взаємодія акторів міжнародних відносин з операцій підтримання сталого миру на основі захисту міжнародної інфосфери, глобальної інфраструктури та суспільної свідомості від реальних і потенційних інформаційних загроз.

Стрімкий розвиток і широке використання ІКТ призвели до формування залежності критичних національних інфраструктур від цих технологій і зумовили виникнення принципово нових загроз. Ці загрози пов'язані, насамперед, з можливістю використання ІКТ в цілях, несумісних із завданнями підтримки міжнародної стабільності та безпеки, дотримання принципів відмови

---

<sup>169</sup> Міжнародна інформація: терміни і коментарі. Навчальний посібник / Макаренко Є. А., Рижков М. М., Кучмій О. П., Фролова О. М. – Вид. 2-ге, доповн. та переробл. – К.: Центр вільної преси, 2016. – С. 259-260.



від застосування сили, невтручання у внутрішні справи держав, забезпечення прав і свобод людини.

Зважаючи на ці виклики, силами міжнародних співтовариств організується та впроваджується в життя комплекс необхідних заходів міжнародної інформаційної безпеки (МІБ), основою якого є міжнародні Договори й Декларації за результатами самітів держав і резолюції Генеральних Асамблей ООН. Розвинуті країни розпочали реалізацію довгострокових державних програм, спрямованих на забезпечення захисту критично важливих інформаційних структур, а з 1996 р. проблему міжнародної інформаційної безпеки було винесено на політичний та міжнародно-правовий рівень: а) концепцію МІБ було обговорено на міжнародній конференції з проблем становлення інформаційного суспільства та глобальної цивілізації (ПАР, 1996 р.); б) у спільному комюніке зустрічі на найвищому рівні США – Російська Федерація було підкреслено загрозу створення інформаційної зброї і визнано наявність воєнної складової глобального процесу інформатизації; в) на 53-й сесії ГА ООН було консенсусом прийнято резолюцію 53/70 «Досягнення у сфері інформатизації і телекомунікацій в контексті міжнародної безпеки», від 4 грудня 1998 р., в якій зазначено, що міжнародне співтовариство визнає проблему інформаційної безпеки як багатоаспектний стратегічний напрям взаємодії держав у глобальному світі. Ця резолюція пропонує державам-членам ООН продовжити обговорення питань інформаційної безпеки, дати конкретні визначення загроз, запропонувати свої оцінки проблеми, включаючи розробку міжнародних принципів забезпечення безпеки глобальних інформаційних систем.

В результаті дискусій та розгляду прикладних аспектів міжнародної інформаційної безпеки було визначено специфіку, істотні характеристики й типологію інформаційних загроз, узгоджено термінологію та зміст основних понять в новій сфері міжнародного співробітництва, зокрема<sup>170</sup>:

---

<sup>170</sup> Макаренко С. А. Європейська інформаційна політика: монографія / С. А. Макаренко. – К.: Наша культура і наука, 2000. – 368 с.

• *міжнародна інформаційна безпека* класифікується як взаємодія акторів міжнародних відносин з операцій підтримання сталого миру на основі захисту міжнародної інфосфери, глобальної інфраструктури та суспільної свідомості світової спільноти від реальних і потенційних інформаційних загроз;

• *інфосфера* визначається як міжнародний інформаційний простір, що охоплює інформаційні потоки, інформаційні ресурси та всі сфери життєдіяльності цивілізації;

• *міжнародні інформаційні операції* характеризуються як форма міждержавного протиборства, яка реалізується з використанням інформаційного впливу на системи управління різного призначення інших держав, а також на політичну владу і суспільство в цілому, на інфраструктуру і засоби масової комунікації для досягнення переваги і кінцевої мети інформаційної операції з одночасним захистом національної інфосфери від аналогічних дій;

• *інформаційна війна* розглядається як інформаційне протиборство з метою впливу на критично важливі структури противника, зруйнування політичної та соціальної систем, а також для дестабілізації суспільства і державності противної сторони;

• *інформаційна зброя* визначається: 1) як комплекс технічних та інших заходів, методів і технологій, спрямованих на встановлення контролю над інформаційними структурами потенційного противника, втручання у роботу його систем управління, інформаційних мереж та комунікацій з метою знищення або модифікації даних, дезінформації, поширення інформації спеціального призначення у системах формування громадської думки і прийняття рішень, 2) як сукупність засобів впливу на свідомість і психологічний стан політичних і військових структур, спецслужб та населення для протидії можливим інформаційним впливам іншої сторони. Конкретизація цих понять зумовлена потребою подальшого дослідження проблеми глобальної інформаційної безпеки.

У серпні 1999 р. в Женеві Інститут ООН з проблем роззброєння та Департамент з питань роззброєння Секретаріату ООН організували міжнародний семінар з питань МІБ, у роботі якого взяли участь представники більше 50 країн найбільш розвинених в інформаційно-технологічному плані. Завдання семінару полягало у виявленні підходів різних країн у зв'язку з майбутнім продовженням дискусії з проблем МІБ на 54-ій сесії ГА ООН. Основним підсумком семінару стало підтвердження актуальності проблеми інформаційної безпеки і своєчасності постановки цього питання на міжнародному рівні.

Проте у визначенні підходів до її вирішення виявилися різні позиції, які відповідали стратегічним інтересам учасників дискусії:

1) позиція розвинутих країн передбачала визнання проблеми міжнародної інформаційної безпеки як гіпотетичного силового протистояння; перенесення розгляду концепції міжнародної інформаційної безпеки на регіональний або тематичний рівень; виділення з комплексної проблеми міжнародної інформаційної безпеки таких складових, як кримінальні та терористичні міжнародні інформаційні загрози і створення міжнародного механізму контролю подібних інформаційних злочинів;

2) позиція країн, які не належать до західної моделі цивілізації, передбачала пропозиції щодо встановлення міжнародно-правової норми про заборону застосування засобів впливу на інформаційні ресурси та інформаційний потенціал міжнародного, регіонального та національного призначення; створення спеціального Міжнародного суду з інформаційної злочинності; спільні розробки технології глобального захисту від інформаційної агресії. У Заяві міжнародної зустрічі було проголошено про узгодження Програми дій з попередження інформаційних війн та обмеження гонки інформаційних озброєнь<sup>171</sup>.

---

<sup>171</sup> Макаренко С. А. Європейська інформаційна політика: монографія / С. А. Макаренко. – К.: Наша культура і наука, 2000. – 368 с.

У 1999 р. на 54-ій сесії ГА ООН прийнято оновлений проект резолюції (A/RES/54/49) «Досягнення у сфері інформатизації і телекомунікацій в контексті міжнародної безпеки», який вперше вказав на загрози МІБ у цивільній і військовій сферах. За результатами роботи сесії опубліковано проект «Принципів, що стосуються міжнародної інформаційної безпеки» (A/55/140У). Принципи є свого роду робочим варіантом кодексу поведінки держав в інформаційному просторі, створюючи для них відповідні моральні зобов'язання, а також закладають основу для широких міжнародних переговорів під егідою ООН і інших міжнародних організацій з проблем МІБ. У них міститься необхідна понятійна база з предмету МІБ, наводяться основні визначення: міжнародної інформаційної безпеки, загроз інформаційній безпеці, інформаційної зброї, інформаційної війни, міжнародного інформаційного тероризму та злочинності. П'ять базових принципів МІБ визначають роль і права, зобов'язання й відповідальність держав в інформаційному просторі, окреслюють конкретні завдання, вирішення яких було б спрямоване на обмеження загроз МІБ, а також прописують роль ООН у контексті загальних зусиль в цій сфері:

- перший принцип: діяльність держав та інших суб'єктів міжнародного права в інформаційному просторі повинна сприяти розвитку як економічному, так і соціальному, а також здійснюватися відповідно до принципів міжнародного права. Така діяльність повинна бути сумісна з правом кожного шукати, одержувати, передавати інформацію та ідеї. При цьому кожна держава та інші суб'єкти міжнародного права, повинні мати рівні права на захист своїх інформаційних ресурсів і критично важливих структур від неправомірного використання та несанкціонованого втручання;

- у другому принципі визначено дії, від яких повинні утримуватися держави з метою обмеження загроз у сфері міжнародної інформаційної безпеки: маніпулювання інформаційними потоками; дезінформація; приховування інформації з метою спотворення психологічного чи духовного середовища суспільства, ерозії традиційних культурних, моральних, етичних і

естетичних цінностей; транскордонне поширення інформації, що суперечить принципам і нормам міжнародного права, внутрішньому законодавству держав; несанкціоноване втручання в інформаційно-телекомунікаційні системи та інформаційні ресурси, їх неправомірне використання; розробка, створення і використання засобів впливу і нанесення шкоди інформаційним ресурсам і системам іншої держави; заохочення дій міжнародних терористичних угруповань або розробка планів і доктрин ведення інформаційних війн;

- третій принцип присвячений співпраці держав з метою формування міжнародно-правової основи для створення режиму забезпечення міжнародної інформаційної безпеки;

- четвертий принцип: держави та інші суб'єкти міжнародного права повинні нести відповідальність за свою діяльність в інформаційному просторі;

- п'ятий принцип: будь-які спори між державами повинні вирішуватися мирними засобами за допомогою встановлених міжнародним правом процедур.

За результатами роботи 55-ї сесії ГА ООН у 2000 р. схвалено новий проект резолюції (A/RES/55/28), в якому наголошено, що для обмеження загроз у сфері інформаційної безпеки слід «вивчити відповідні міжнародні концепції, спрямовані на зміцнення безпеки глобальних інформаційних і телекомунікаційних систем». Це положення було надзвичайно важливим з дипломатичної і політичної точок зору, оскільки стало підґрунтям для наступного важливого етапу вирішення проблем МІБ в ООН. Крім того, підготовлено проект документу (A/56/164/Add.1) «Загальна оцінка проблем інформаційної безпеки. Загрози міжнародній інформаційній безпеці», де виділено й описано одинадцять основних чинників, що створюють небезпеку основним інтересам особи, суспільства і держави в інформаційному просторі, тобто є найбільшими загрозами МІБ. Зокрема, найзагрозливішими вважають:

- розробку й використання засобів несанкціонованого втручання в роботу ІКТ, неправомірне використання та нанесення шкоди інформаційним ресурсам іншої держави;

- цілеспрямовану інформаційну дію на критичні інфраструктури і населення іншої держави;

- дії, спрямовані на домінування в інформаційному просторі, заохочення тероризму та ведення інформаційних війн.

У резолюції A/RES/56/19 2001 р. схвалена ідея створення в 2004 р. спеціальної Групи урядових експертів держав-членів ООН (ГУЕ) для проведення всебічного дослідження проблеми МІБ. Прерогатива діяльності ГУЕ – розгляд існуючих і потенційних загроз у сфері інформаційної безпеки й сумісних заходів з їх усунення, а також вивчення міжнародних концепцій зміцнення безпеки глобальних інформаційних і телекомунікаційних систем.

У наступних Резолюціях наголошено, що з метою сприяння довірі й безпеки у використанні ІКТ, органи державного управління повинні сприяти усвідомленню суспільством загроз, пов'язаних з кіберзлочинністю, і прагнути укріплювати міжнародну співпрацю в цій сфері. Визнаючи принцип справедливого, рівного і адекватного доступу до ІКТ для всіх країн, особливу увагу приділено загрозі потенційного військового використання ІКТ, посиленню регіональної та міжнародної співпраці з метою зміцнення безпеки інфосфери. Вперше було висловлено думку про те, що ефективне забезпечення інформаційної безпеки може бути досягнуте не тільки технологічно, але й завдяки правовому регулюванню питань МІБ і проведення відповідних національних політик. Підсумкові рішення були зафіксовані в документах ВСІС.

Слід підкреслити, що стратегії глобального інформаційного протиборства лежать в основі аналітичних розробок дослідницьких інституцій різних країн, метою яких є саме забезпечення інформаційного лідерства у сфері міжнародної безпеки<sup>172</sup>.

---

<sup>172</sup> Макаренко Є. А. Міжнародні інформаційні відносини: монографія / Є. А. Макаренко. – К.: Наша культура і наука, 2002. – 452 с.

За результатами досліджень аналітики виділяють такі **моделі системи глобальної інформаційної безпеки**<sup>173</sup>.

*Модель А* – створення абсолютної системи захисту країни-інфолідера проти будь-якого виду наступальної інформаційної зброї, що обумовлює об'єктивні переваги в потенційній інформаційній війні, змушує інші країни шукати альянсу у військово-інформаційних діях з країною-інфолідером. При цьому може бути використано систему жорсткого контролю над інформаційним озброєнням противника на підставі потенційних міжнародних документів з інформаційної безпеки. Прикладом такої моделі може бути доктрина «інформаційної парасольки» США, бо наявність інформаційних переваг обумовлює інтелектуальний зв'язок між зовнішньою політикою США та їх військовим потенціалом, збереження світового лідерства за допомогою нових засобів впливу та закріплення домінуючої ролі в альянсах і тимчасових коаліціях. Інформаційне лідерство посилює ефект американської дипломатії як інструменту «м'якої сили», уможлиблює використання інформаційних ресурсів для конструктивного діалогу із потенційними противниками – Китаєм, Індією, Росією та іншими інформаційно розвинутими країнами з проблем міжнародної безпеки, і одночасно інфолідерство США забезпечує протидію нарощуванню інформаційних озброєнь в потенційно агресивних країнах (Іран, Ірак, Пакистан). Переваги США в інфосфері, на думку експертів, сприятимуть попередженню і врегулюванню регіональних конфліктів, вирішенню проблем, пов'язаних із глобальними загрозами, які виникли після закінчення «холодної війни»: міжнародна злочинність, тероризм, поширення зброї масового знищення, глобальна екологічна деградація.

*Модель В* – створення значної переваги держави – потенційного ініціатора інформаційної війни в наступальних видах озброєнь, у знешкодженні систем захисту держави-противника засобами інформаційного впливу, координація дій із союзними державами з використанням визначених засобів інформаційної

---

<sup>173</sup> Макаренко С. А. Міжнародні інформаційні відносини: монографія / С. А. Макаренко. – К.: Наша культура і наука, 2002. – 452 с.

зброї для ідентифікації будь-яких джерел і типів інформаційних загроз. Практичне втілення другої моделі спостерігалось в перебігу інформаційної операції «Союзницька сила» (1999 р.), яку США та країни-члени НАТО здійснили проти Союзної Республіки Югославії. Більшість експертів, що аналізували конфліктну ситуацію, підкреслюють формування безпрецедентної за масштабами системи управління інформаційними потоками для проведення військових операцій (спроможність надавати розвідувальну інформацію безпосередньо кожному з учасників бойових дій), масованих пропагандистських кампаній з широким спектром інформаційних методик (від технологій PR для формування сприятливої світової громадської думки, вибіркового інформування із заданим ефектом сприйняття контенту до всебічної дискредитації політики противника, і навіть відвертої дезінформації світової громадськості), спрямованого інформаційно-психологічного впливу (основні завдання психологічних операцій здійснювали спецпідрозділи армії США, які брали участь у всіх міжнародних інформаційних операціях останньої чверті XX ст.), потужного використання Internet та комп'ютерного протиборства для модифікації національного інформаційного простору і контролю за інфоінфраструктурою Югославії. Нові стратегії і тактика проведення інформаційних операцій, продемонстровані США та їх союзниками по НАТО на Балканах, засвідчили як могутність інформаційних озброєнь розвинутих країн, так і необхідність міжнародного вирішення проблеми інформаційної безпеки.

*Модель С* – наявність кількох країн-інфолідерів та потенційного протиборства між ними, визначення фактору стримування експансії інформаційних загроз, забезпечення в перспективі домінування однієї з держав у сфері міжнародної інформаційної безпеки з можливостями значного впливу на глобальну інфосферу та переважного права вирішення проблем глобального світопорядку. Дослідження ЦРУ 1990-х рр. визначали як основні джерела загроз в кіберпросторі для США тільки дві країни – Росію й Китай. У новій військовій доктрині збройних сил США (Концепція Force XXI, 1996 р.), де було



запропоновано дві складові театру воєнних дій – традиційний простір і кіберпростір, основними об'єктами впливу, крім відомих у теорії війн, стали інформаційна інфраструктура і психологічна сфера потенційного противника. Експерти США відзначають, що стратегію різних видів інформаційних операцій, спрямованих проти країни, планують і здійснюють більше 20 країн світу, а конфронтуючі зі США держави включають інформаційну війну у свої воєнні доктрини. Тому стратегія «Force XXI» як фактор стримування експансії в міжнародному інформаційному просторі виступає інструментом інформаційної переваги США в потенційному глобальному протиборстві.

*Модель D* – всі конфліктуючі сторони використовують транспарентність інформації для формування ситуативних альянсів, для досягнення переваг локальних рішень, які спроможні заблокувати технологічне лідерство, для використання можливостей інфоінфраструктури на окремих територіях з метою організації внутрішнього конфлікту між опозиційними силами (політичні, сепаратистські, міжнаціональні конфлікти) для проведення міжнародних антитерористичних інформаційних операцій. Завершення доби «холодної війни» та постхолодного миру і початок нової тривалої доби цивілізаційного стримування впливає на трансформацію традиційної конструкції міжнародної безпеки, що полягає у превентивних інформаційно-силових стратегіях, у посиленні контролю над глобальними фінансовими потоками у зміні структури союзників, а також в інформаційно-психологічному впливі на політичні еліти учасників конфлікту.

На стратегічному рівні мета сучасних інформаційних операцій – це формування нової системи міжнародних відносин і запобігання ефективному використанню інформаційних систем у процесах прийняття військових рішень та координації воєнних дій. Театр інформаційних операцій в умовах постхолодного миру включає різнорівневий вплив на системи забезпечення учасників конфлікту: блокування рахунків та руху платежів у міжнародних банківських інститутах, вплив на регіональні та локальні системи управління військового призначення, системи енергопостачання, системи формування

громадської думки, психологічний вплив на моральний стан суспільства. За теорією інформаційних війн, індустріальні чи навіть аграрні суспільства передбачають наявність електронних навігаційних систем, електронних рахунків у зарубіжних банках, використання сучасних телекомунікаційних засобів, функціонування національних або зарубіжних засобів масової комунікації. Так, «USA Today» подає модель інформаційної війни проти режиму Талібан, яка включає проведення психологічної операції в інформаційному просторі Афганістану (2001 р.) з одночасним блокуванням національних радіостанцій, поширенням пропагандистських матеріалів з уривками з Корану, розрахованих на протидію закликів до джихаду та формування у суспільній свідомості відчуття невідворотної перемоги антитерористичного альянсу в ході операції «Помста».

*Модель E* – протиборство світової спільноти та міжнародної організованої злочинності, здатної контролювати політичні, економічні та суспільні процеси.

### § 3. Інформаційно-психологічні війни

**Інформаційна війна**<sup>174</sup> – протиборство непримиренних сторін у відповідному інформаційному просторі, яке здійснюється з використанням інформаційної зброї з метою нанесення максимальної шкоди противнику та мінімізації особистих втрат в економічній, військовій, політичній, ідеологічній сферах.

Інформаційна війна може включати:

- збір тактичної інформації,
- забезпечення безпеки власних інформаційних ресурсів,
- поширення пропаганди або дезінформації, щоб деморалізувати військо та населення ворога,

---

<sup>174</sup> Міжнародна інформація: терміни і коментарі. Навчальний посібник / Макаренко Є. А., Рижков М. М., Кучмій О. П., Фролова О. М. – Вид. 2-ге, доповн. та переробл. – К.: Центр вільної преси, 2016. – С. 310-311.

- підриє якості інформації супротивника і попередження можливості збору інформації супротивником.

Часто ІВ ведеться в комплексі з кібер- та психологічною війнами з метою ширшого охоплення цілей, із залученням радіоелектронної боротьби та мережевих технологій. Основним засобом ведення ІВ є інформаційна зброя.

Інформаційна війна ведеться шляхом інформаційних операцій.

Інформаційна війна – термін публіцистів, він не використовується в професійному середовищі, де його замінили на інформаційні чи психологічні операції. Однією з причин цього стало те, що війна не може вестися в мирний період, а операції можуть. Перші дослідження питання були зроблені в 1990-х рр. професорами американського Авіаційного університету в рамках військового проекту, де аналізувалася майбутня війна 2020 р. Зокрема Р. Шафранські зауважував: «Знаючи цінності ворога й використовуючи його репрезентаційну систему, ми можемо <...> розмовляти з розумом супротивника вербальною та невербальною мовами»; а Дж. Стейн стверджував: «Метою інформаційної війни є людський розум, особливо той, який приймає ключові рішення війни та миру, а також той, що приймає ключові рішення стосовно того, де, коли та як застосувати потенціал і можливості, які є в їхніх стратегічних структурах». Інші вчені наголошували, що майбутня війна – це війна знань: «В парадигмі війни знань стратегічна перевага залежить не від концентрації на фактах і числах, а від взаємно доповнюючого розуму тих, хто їх інтерпретує. Національно поширена можливість інтерпретації важить більше, ніж електронні інформаційні супершляхи».

Футуролог, один із теоретиків інформаційного суспільства Е. Тоффлер у книзі «Війна та антивійна» наводить приклади того, що найбільш часто використовується для впливу на інших: звинувачення в звірчості, гіперболізація ставок, демонізація та дегуманізація опонента, поляризація, божественні санкції, мета-пропаганда, яка дискредитує пропанагду іншої сторони.

Інформаційна війна ведеться не тільки у фізичному просторі, де знаходяться фізичні інформаційні системи і засоби, але й у віртуальній зоні (віртуальному або кібернетичному просторі). Інформаційна війна розширює простір ведення війн, який раніше обмежувався великими висотами в атмосфері (стратосфері) і великими глибинами в Світовому океані.

Особливістю інформаційної війни є те, що вона ведеться як під час фактичних бойових дій, так і у мирний час, і у кризових ситуаціях без офіційного оголошення. Початок інформаційної війни неможливо визначити однозначно. В інформаційній війні відсутня лінія фронту; проведення противником операцій інформаційної війни практично неможливо виявити, а якщо факти проведення таких операцій виявляються, вони залишаються анонімними.

Будь-які міжнародні юридичні і моральні норми ведення інформаційної війни відсутні. Країна може стати об'єктом інформаційної дії, не знаючи про це. Невисока вартість технічних засобів, які можуть бути використані у інформаційній війні, суттєво розширюють коло можливих її учасників: окремі країни та їхні органи розвідки, злочинні, терористичні і наркобізнесові угруповання, комерційні фірми і навіть особи, які діють без злочинних намірів.

Під *суб'єктами* інформаційної війни розуміють людей, окремі групи людей, об'єднані спільними інтересами або іншими ознаками (національністю, мовою, професією, територіальним розташуванням тощо), держави, групи держав, міжнародні організації, що мають суттєві суперечки з іншими людьми, групами людей, державами, групами держав або міжнародними організаціями, які переходять до фази конкурентної боротьби з використанням усіх властивостей інформації, інформаційних ресурсів та новітніх ІКТ (інформаційної зброї).

Ознаками суб'єктів інформаційної війни є:

- розробка інформаційної зброї, засобів її доставки, маскування або володіння інформаційною зброєю;

- наявність у складі суб'єкта спеціальних сил або структур, що функціонально уповноважені на ведення інформаційної війни;

- наявність у суб'єкта власних інтересів в інформаційній сфері та інших сферах життєдіяльності;

- контроль суб'єктом тієї частини інформаційного простору, в межах якої він наділений першочерговим правом встановлювати норми регулювання відносин;

- існування в офіційній ідеології положень, що дозволяють суб'єкту прямо чи опосередковано брати участь в інформаційній війні;

- наявність ефективної системи захисту від інформаційної агресії з урахуванням усіх існуючих варіантів нападу від різних суб'єктів;

- наявність висококваліфікованих кадрів, найсучаснішої техніки, необмежених матеріальних можливостей.

Отже, суб'єктами інформаційних війн є:

- держави, їх союзи та коаліції;

- міжнародній організації;

- недержавні незаконні (у тому числі незаконні міжнародні) збройні формування й організації терористичної, екстремістської, радикальної політичної, радикальної релігійної спрямованості;

- транснаціональні корпорації;

- віртуальні соціальні спільноти;

- медіа-корпорації;

- віртуальні коаліції.

Так, держави, їх союзи та коаліції характеризуються наявністю стабільних інтересів в інформаційному просторі. З метою постійного підтримання власних інтересів в інформаційній сфері, недопущення виникнення для них суттєвої загрози або боротьби за недоторканість цих інтересів держави, їх союзи та коаліції розробляють та реалізують низку заходів, серед яких першочергове місце належить:

- формування власного інформаційного простору (державного, союзного або коаліційного), що інтегровано до глобального інформаційного простору;

- контроль за належним функціонуванням інформаційного простору;
- розробка відповідної нормативно-правової, концептуальної, ідеологічної бази, що регламентує випадки участі в інформаційній війні, визначає основні принципи та форми участі в інформаційній війні даного суб'єкта;
- створення спеціальних структурних підрозділів (як у складі силових структур, так і у складі цивільних державних установ), основним призначенням яких постає ведення інформаційної війни;
- розробка різноманітних засобів ведення інформаційної війни (інформаційної зброї) або, у разі неможливості вироблення інформаційної зброї власними силами, її придбання (легальним або нелегальним шляхом) за кордоном.

Упродовж інформаційної війни між державами, їх союзами та коаліціями суттєво страждає економіка країн-учасниць, їх політичне, культурне та соціальне життя, посилюються глобальні процеси конфліктів інформаційного характеру, що, своєю чергою, створює загрозу не лише інформаційній безпеці країн-учасниць, а й національній безпеці.

Міжнародні організації також мають власні стабільні інтереси в інформаційному просторі, частково контролюють інформаційні простори держав-учасниць конкретних міжнародних організацій та беруть активну участь у формуванні глобального світового інформаційного простору, і з цією метою здійснюють цілу низку організаційно-правових заходів, а саме:

- за допомогою відповідного ресурсного потенціалу держав-учасниць конкретної міжнародної організації ведуть інформаційні війни;
- у разі необхідності забезпечують створення та функціонування власних структур, основним призначенням яких постає ведення інформаційної війни;
- розробляють відповідну нормативно-правову, концептуальну, ідеологічну базу, що регламентує випадки участі в інформаційній війні, визначає основні принципи та форми участі в інформаційній війні міжнародної організації;

- створюють шляхом ретельного підбору у країнах-членах конкретної міжнародної організації власний науково-технічний потенціал;

- розроблюють різноманітні засоби ведення інформаційної війни (інформаційної зброї), використовуючи потенціал держав, що інтегровані до цієї міжнародної організації, або, у разі неможливості вироблення інформаційної зброї власними силами чи у разі гострої необхідності, купують її (у легальним чи нелегальний спосіб) у третіх осіб тощо.

Недержавні незаконні збройні формування й організації терористичної, екстремістської, радикальної політичної, радикальної релігійної спрямованості, для яких ведення інформаційної війни є однією із основних складових їх діяльності, здійснюють такі заходи:

- створюють власний (часто закритий) сегмент інформаційного простору, що прагне до захоплення чи контролю, руйнації та заміни на власний сегментів національного та / або глобального інформаційного простору;

- створюють в рамках власних або союзних структур сили, до функцій та звань яких відноситься ведення інформаційної війни;

- створюють та використовують власний науково-технічний потенціал або використовують науково-технічний потенціал союзників та держав, що їх підтримують, які пов'язані з діяльністю цього суб'єкта інформаційних війн або (гласно або таємно) підтримують її, для розробки засобів ведення інформаційної війни, засобів доставки та маскуванню інформаційної зброї чи придбають (частіше за все таємно) у разі необхідності зазначені засоби у союзників чи у третьої сторони;

- розроблюють відповідну нормативно-правову, концептуальну, ідеологічну базу, що обґрунтовує необхідність ведення інформаційної війни, визначає основні принципи та форми участі в інформаційній війні даного суб'єкта.

Транснаціональні корпорації під час підготовки до ведення інформаційних війн або розробки заходів, спрямованих на нейтралізацію загроз, що несуть у собі інформаційні війни, здійснюють практично ті ж самі заходи, що і

міжнародні організації у цьому напрямі. Власники інформаційно-комунікаційних мереж та розробники найсучасніших мережевих технологій серед інших представників транснаціональних корпорацій під час ведення інформаційних війн відіграють особливу роль, бо в сучасному інформаційному суспільстві умови диктує той, хто є власником інформаційних мереж, ресурсів та технологій. Транснаціональні корпорації також можуть піддаватися впливу з боку органів державної влади тих країн, на території яких знаходяться їх офіційні представництва, але, у випадку, якщо така корпорація має чисельні філіали на території кількох великих держав та забезпечує переважну кількість населення та всі органи державної влади цих країн інформаційними ресурсами, то вплив з боку однієї країни на діяльність корпорації може зашкодити політичним та економічним інтересам інших країн, що, своєю чергою, призведе до суттєвих небажаних ускладнень зовнішньополітичних стосунків<sup>175</sup>.

За умов сучасного інформаційного суспільства відбувається становлення нових соціальних формацій, що набувають принципово нових можливостей здійснення цілеспрямованого впливу на традиційні державні та суспільні структури: віртуальні соціальні спільноти, що є соціальними системами, які включають усю сукупність соціальних систем різних типів та їх окремих елементів, сегментів інформаційного простору, джерел інтелектуальних і матеріальних ресурсів, розподілених по земній кулі та об'єднаних у рамках досягнення загальної мети єдиною для усіх елементів віртуальної системи ідеологією. Усі відносини, що пов'язують членів цієї спільноти здійснюються без встановлення обов'язкового особистого контакту (віртуально), якщо така віртуальна спільнота буде позбавлена ІКТ, за допомогою яких налагоджується зв'язок між її членами, то така спільнота припинить своє існування. У контексті інформаційної війни діяльність віртуальних спільнот схожа з діяльністю ТНК, проте упродовж ведення інформаційної війни ТНК, як правило, використовують власний інформаційний потенціал та інформаційні ресурси, а

---

<sup>175</sup> Міжнародна інформація: терміни і коментарі. Навчальний посібник / Макаренко Є. А., Рижков М. М., Кучмії О. П., Фролова О. М. – Вид. 2-ге, доповн. та переробл. – К.: Центр вільної преси, 2016. – С. 310-311.



віртуальні спільноти використовують під час боротьби чужі матеріальні та інтелектуальні ресурси.

Специфіка діяльності віртуальних спільнот:

- висока мобільність сил та засобів таких соціальних систем стосовно ведення та відбиття інформаційного нападу;

- висока здатність поповнювати сили, засоби, втрати інтелектуальних та матеріальних ресурсів, беручи їх безпосередньо із держав із розвиненою інформаційно-комунікаційної інфраструктурою, що досі не брали участі в конкретній інформаційній війні;

- здатність у найкоротші строки повністю змінити свій вигляд та форму існування в інформаційному просторі, структуру та методи діяльності, що ускладнює вироблення дієвих санкцій;

- юридична складність встановити віртуальний зв'язок між елементами віртуальної спільноти, оскільки віртуальні відносини не залишають слідів, що створює певні труднощі для притягнення до відповідальності учасників та організаторів такої спільноти.

Основним призначенням державних засобів масової інформації є інформування населення про діяльність органів державної влади і місцевого самоврядування. Упродовж налагодження такого зв'язку ЗМІ мають неупереджено висвітлювати інформацію, яку отримують від органів державної влади та місцевого самоврядування, але, насправді, можуть свідомо змінювати, редагувати отриману інформацію, підтасовувати факти тощо; а це вже стосується інформаційної війни, яку ЗМК можуть вести як за власною ініціативою (неупереджене журналістське розслідування), так і за замовленням окремих (державних чи приватних) структур.

Віртуальні коаліції можуть складатися з усіх суб'єктів інформаційних війн, що були проаналізовані вище.

*Концепція інформаційної війни*<sup>176</sup> – система поглядів на інформаційну війну та шляхи її ведення. Концепція інформаційної війни повинна передбачати:

- заглушення (у воєнний час) елементів інфраструктури державного і воєнного управління (ураження центрів командування і управління);
- електромагнітний вплив на елементи інформаційних і телекомунікаційних систем (*боротьба радіоелектронна*);
- одержання розвідувальної інформації шляхом перехоплення і декодування (дешифрування) інформаційних потоків, що передаються каналами зв'язку, а також; побічним випромінюванням і за рахунок спеціально впроваджених у приміщення технічних засобів, електронних пристроїв перехоплення інформації (*радіоелектронна розвідка*);
- здійснення несанкціонованого доступу до інформаційних ресурсів (шляхом використання програмно-апаратних засобів зламу систем захисту інформаційних і телекомунікаційних мереж противника) із наступним їхнім спотворенням, знищенням або викраденням чи порушенням нормального функціонування цих систем (так звана «*хакерська війна*»);
- формування і масове розповсюдження інформаційними каналами противника або глобальними мережами інформаційної взаємодії дезінформації або тенденційної інформації для впливу на оцінки, наміри і орієнтацію населення і осіб, що приймають рішення (*психологічна війна*);
- одержання необхідної інформації шляхом перехоплення і оброблення відкритої інформації, що передається незахищеними каналами зв'язку або циркулює в інформаційних системах, а також; опублікованої у засобах масової інформації.

На державному рівні інформаційна війна ведеться з використанням політичних, дипломатичних, економічних, інформаційно-психологічних, інформаційно-технічних і воєнних способів.

---

<sup>176</sup> Почепцов Г. Інформаційна політика: навчальний посібник. 2-ге вид. / Почепцов Г., Чукут С. – К.: Знання, 2008. – 663 с.

Основною формою інформаційної війни на державному рівні є *спеціальна інформаційна операція*<sup>177</sup>, яка може носити одночасно і наступальний і оборонний характер, відповідає передбаченій мірі ризику та очікуваному потенційному ефекту, спрямована на забезпечення національних інтересів і національної безпеки держави. Такі операції можуть проводитися проти будь-яких держав, у тому числі й тих, що не є потенційними противниками. Визначення мети операції, завдань, часу та місця проведення потребує безпосереднього затвердження воєнно-політичним керівництвом держави.

Для погодження запланованих дій і заходів у галузі інформаційного протидіювання при керівництві державою створюються спеціальний міжвідомчий орган із забезпечення інформаційної безпеки та об'єднаний центр інформаційних операцій, їхніми завданнями є:

- розробка єдиної національної стратегії ведення інформаційної війни;
- організація цілеспрямованого інформаційно-психологічного впливу на воєнно-політичне керівництво союзних держав та міжнародні організації.

На воєнному рівні інформаційні війни проводять для боротьби з силами бойового управління противника. Метою даної боротьби є «обезглавлення» противника, позбавлення його надійної системи управління, захоплення ініціативи та примус противника реагувати на обстановку, що склалася, бажаним для командування чином при забезпеченні високої стійкості, безперервності та оперативності функціонування власних систем управління військами (силами).

Інформаційна війна на воєнному рівні ведеться на основі використання інформаційно насичених засобів розвідки, зв'язку, автоматизації, радіоелектронної та психологічної війни, високоточної зброї та звичайних засобів ураження, а також; із застосуванням спеціально створеної інформаційної зброї, проведення комп'ютерних атак та захисту своїх комп'ютерних мереж.

---

<sup>177</sup> Міжнародна інформація: терміни і коментарі. Навчальний посібник / Макаренко Є. А., Рижков М. М., Кучмії О. П., Фролова О. М. – Вид. 2-ге, доповн. та переробл. – К.: Центр вільної преси, 2016. – С. 321-324.

Для ведення інформаційної війни у збройних силах створюються спеціальні бойові формування та органи управління, які виконують такі функції:

- підготовка, забезпечення планування інформаційних дій, координація зусиль у ході інформаційної операції;
- здійснення доступу до інформації противника та досягнення контролю над нею;
- використання у випадку необхідності інформаційної зброї, участь в операціях із введення воєнно-політичного керівництва в оману;
- придушення або дезорганізація частини інформаційної інфраструктури противника з одночасним надійним захистом аналогічної структури своїх збройних сил та держави.

*Основними формами інформаційної війни* на воєнному рівні (ведення боротьби із системами бойового управління противника) є наступальні та оборонні інформаційні операції.

Наступальна інформаційна операція має на меті завоювання інформаційної переваги над противником. У цій операції головні зусилля спрямовані на дезорганізацію його систем управління військами і зброєю, а частина сил та засобів забезпечують стійкість власного управління. При цьому всі заходи, які проводяться в межах інформаційної боротьби, повинні забезпечувати сприятливі умови для бойових дій своїх військ (сил).

Оборонна інформаційна операція проводиться в умовах великої інформаційної переваги противника і має на меті зниження цієї переваги. В такій операції головні зусилля сил і засобів спрямовано на забезпечення інформаційної безпеки органів управління об'єднань і з'єднань, на захист інформації у системах керування. Частина сил і засобів спрямовуються на дезорганізацію управління військами і зброєю противника.

Інформаційні операції повинні проводитися в умовах комплексного, погодженого у часі синергетичного використання сил та засобів, які залучаються для боротьби із системами бойового управління противника:

радіоелектронної війни, воєнної дезінформації, оперативної безпеки (комплекс заходів із виявлення критичної інформації), психологічної війни, комп'ютерної атаки та захисту мереж; ЕОМ та фізичного знищення. Наступальні та оборонні операції можуть вестися одночасно або послідовно, як у мирний, так і у воєнний час.

*Радіоелектронна війна* включає комплекс заходів із застосуванням засобів електромагнітного випромінювання, спрямованих на пониження ефективності або запобігання застосування противником електромагнітного спектра, а також на забезпечення ефективного використання електромагнітного спектра своїми військами. Вона включає, окрім впливу на радіоелектронні засоби, їхній захист та забезпечення, а також вплив на бойову техніку, системи озброєння, об'єкти, особовий склад та їхній захист. Радіоелектронна війна є основоположним елементом впливу як на системи управління противника в оперативній і тактичній ланках, так і у цілому на інформаційну інфраструктуру противника. Вона включає три основних елементи: радіоелектронне забезпечення, радіоелектронна атака і боротьба з електронною протидією або радіоелектронна контрпротидія.

Радіоелектронне забезпечення передбачає проведення заходів пошуку, перехоплення випромінювання в електромагнітному спектрі та визначення місцеположення джерел випромінювання для оцінки ступеня можливої загрози і прийняття рішення командирами усіх рангів, а також виконання додаткових функцій, таких як ухилення від загрози з боку противника і високоточний цілевказ системам озброєння.

Радіоелектронна атака передбачає активний вплив на радіоелектронні засоби противника. За видом впливу атаки поділяється на:

- неруйнівні впливи, які включають електронне придушення і електронну дезінформацію;
- руйнівні впливи на основі застосування протирадіолокаційних ракет, зброї спрямованої енергії (лазерної, надвисокочастотної) і т.ін.

Радіоелектронна контрпротидія – сукупність заходів, спрямованих на підвищення живучості і пониження втрат своїх сил і засобів від впливу керованої зброї і засобів радіоелектронної протидії противника.

Упродовж інформаційної війни застосовують інформаційну зброю.

*Інформаційна зброя*<sup>178</sup> – це широкий клас засобів і способів інформаційного впливу на противника: від дезінформації й пропаганди до засобів радіоелектронної боротьби.

Інформаційну зброю від звичайних засобів ураження вирізняють такі *рис*и:

- прихований характер – можливість досягнення мети без видимої підготовки й оголошення війни;

- масштабність – можливість завдавати не виправної шкоди, не визнаючи державних кордонів і суверенітетів, без звичного обмеження простору в усіх середовищах життєдіяльності людини;

- універсальність — можливість багатоваріантного використання як воєнними, так і цивільними структурами країни, що нападає, як проти воєнних, так і цивільних об'єктів країни ураження.

Сфера застосування інформаційної зброї включає як воєнну галузь, так і економічну, банківську, соціальну та інші галузі потенційного використання з метою:

- дезорганізації діяльності управлінських структур, транспортних потоків та засобів комунікації;

- блокування діяльності окремих підприємств та банків, а також цільових галузей промисловості шляхом порушення багатоланкових технологічних зв'язків та системи взаєморозрахунків, проведення валютно-фінансових махінацій тощо;

- ініціювання великих техногенних катастроф на території противника в результаті порушення штатного управління технологічними процесами та

---

<sup>178</sup> Почепцов Г. Інформаційна політика: навчальний посібник. 2-ге вид. / Почепцов Г., Чукут С. – К.: Знання, 2008. – 663 с.

об'єктами, які мають справу із значними кількостями небезпечних речовин та високими концентраціями енергії;

- масового розповсюдження та впровадження у свідомість людей певних уявлень, звичок та поведінкових стереотипів;

- виклику невдоволення або паніки серед населення, а також; провокування деструктивних дій різноманітних соціальних груп.

Основними *об'єктами* застосування інформаційної зброї (як к у мирний, так і у воєнний періоди) можуть бути:

- комп'ютерні та телекомунікаційні системи, які використовуються державними організаціями при виконанні своїх управлінських функцій;

- воєнна інформаційна інфраструктура, яка виконує завдання управління військами та бойовими засобами збирання та оброблення інформації в інтересах збройних сил;

- інформаційні та управлінські структури банків, транспортних та промислових підприємств;

- засоби масової інформації, і у першу чергу електронні (радіо, телебачення тощо).

За метою використання інформаційна зброя поділяється на інформаційну зброю атаки та інформаційну зброю забезпечення.

Інформаційна зброя атаки – це інформаційна зброя, за допомогою якої здійснюється вплив на інформацію, що зберігається, оброблюється і передається в інформаційно-обчислювальних мережах (ІОМ) і (або) порушуються інформаційні технології, що застосовують в ІОМ.

У складі інформаційної зброї атаки виділяють чотири основних види засобів інформаційних впливів:

- засоби порушення конфіденційності інформації;
- засоби порушення цілісності інформації;
- засоби порушення доступності інформації;

- засоби психологічного впливу на абонентів ІОМ. Застосування інформаційної зброї атаки спрямоване на зрив виконання ІОМ цільових завдань.

Інформаційна зброя забезпечення – це інформаційна зброя, за допомогою якої здійснюють вплив на засоби захисту інформації об'єкта атаки, наприклад, інформаційно-обчислювальну систему. До складу інформаційної зброї забезпечення входять засоби комп'ютерної розвідки та засоби подолання системи захисту інформаційно-обчислювальної системи. Успішне застосування інформаційної зброї забезпечення дає змогу здійснювати деструктивні впливи на інформацію, що зберігається, обробляється й передається в мережах обміну інформацією, з використанням інформаційної зброї атаки.

*Основні риси застосування інформаційної зброї<sup>179</sup>:*

- низька вартість: на відміну від традиційних воєнних технологій, розроблення інформаційної зброї не потребує значних фінансових ресурсів – достатньо мати досвід роботи в інформаційних системах і доступ до глобальних і відомчих мереж;

- відсутність традиційних кордонів: відмінності між суспільним і особистим, воєнною і кримінальною поведінкою, а також географічні кордони, які історично склалися між націями, розмиваються через взаємозв'язок інформаційних інфраструктур, що постійно зростає;

- нові можливості для керування суспільною думкою: сучасні інформаційні технології надають широкі можливості для маніпулювання свідомістю людей і ускладнюють державі роботу з політичної підтримки ініціатив у галузі забезпечення безпеки;

- нові завдання перед органами розвідки: неправильне розуміння ролі, можливостей і цілей інформаційної зброї знижує ефективність традиційної розвідувальної діяльності – необхідні нові форми розвідки, що концентруються на інформаційній стратегічній зброї;

---

<sup>179</sup> Почепцов Г. Інформаційна політика: навчальний посібник. 2-ге вид. / Почепцов Г., Чукут С. – К.: Знання, 2008. – 663 с.



- складність оцінки загроз і формування системи попередження: на даний час не існує систем попередження, які дали б змогу відрізнити стратегічну атаку з використанням інформаційної зброї від інших форм діяльності в інформаційному просторі, включаючи шпіонаж і випадкові помилки;

- труднощі при створенні й підтримці коаліцій: коаліції тільки збільшують уразливість їхніх учасників від інформаційної поразки;

- уразливість власних територій: оскільки інформаційні технології не обмежені в географічному плані, то інформаційною зброєю можуть уражатися цілі як на віддаленому театрі воєнних дій, так і усередині країни.

**Психологічна війна.** Психологічна війна має істотні відмінності від звичайної війни, направленої на фізичне придушення супротивника. Її сутність – дія на суспільну свідомість так, щоб керувати людьми і примусити їх діяти проти своїх інтересів.

Уперше поняття «психологічна війна» використав доктор М. Кампанео у своїй книзі «Досвід військової психології», яка була надрукована в 1904 р. у Бухаресті. Надалі це поняття вживали майор А. Блау у своїй книзі «Ведення війни духу» (Потсдам, 1937), військовий психолог Симонейт («Військова психологія. Короткий огляд проблем і практичних висновків», Берлін, 1943), Л. Фараго («Психологічна війна в Німеччині», Нью-Йорк, 1943) у книзі «Посібник з ведення психологічної війни», виданій у 1955 р. Уільямом Догерті та Морісом Яноцем тощо. Перший досвід психологічної війни отримали американці у Другій Світовій війні. Ці дії до 1945 р. мали допоміжний характер, а потім, у роки «холодної війни», набули самостійного характеру як «психологічна сфера» зовнішньої політики. У 1948 р. була прийнята Директива, яка зобов'язала ЦРУ вести психологічну війну. Вона діє і сьогодні. Основними таємними операціями, згідно з Директивою, є: пропаганда, економічна війна, превентивні прямі дії (саботаж, допомога підпільному руху, емігрантським групам).

У фашистській Німеччині вживався термін «психологічне шкідництво», основними завданнями якого було: розкол ворожої держави, провокування

невдоволення серед населення ворожої держави політикою власного уряду, ізоляція ворожої держави від її союзників, організація різних перешкод, завад в її підготовці до війни, створення опозиції. Для реалізації цих завдань у фашистській Німеччині використовували такі основні методи психологічного шкідництва як: підривна агітація, плітки, підкуп, шантаж тощо.

Характерними рисами сучасної психологічної війни є<sup>180</sup>:

- глобальність – вплив на всі сфери життєдіяльності противника, нейтральних держав, союзників, своє населення і збройні сили;
- тотальність – проникання в усі сфери життя: в дипломатію, економіку, культуру, суспільні відносини, соціально-психологічну тощо;
- технізація – широке використання досягнень науки й техніки як для опрацювання змісту, методів і прийомів психологічної війни, так і форм та способів їх реалізації;
- організованість – створення різноманітних органів психологічної війни й чітка координація їх зусиль і напрямів діяльності (у всіх розвинених країнах вони об'єднані в єдину державну структуру).

Об'єктами психологічної війни є: дружні, нейтральні та ворожі держави; армії й населення цих держав.

Характер психологічних операцій: наступальні – посіяти у противника сумніви у правильності власних дій; оборонні – зміцнення власного морального духу у випадку попадання в полон і нейтралізація дій противника.

Засоби психологічної війни: пропаганда, дезінформація, дипломатичні маневри, провокації, саботаж, терор, розповсюдження пліток, створення паніки, випуск фальшивих грошей, документів тощо.

Цілі психологічної війни: вплив на почуття, волю, емоції, свідомість і підсвідомість з метою деморалізації противника, підриву його власних поглядів, ціннісних орієнтацій, переконань і нав'язування йому своїх ідей.

Основні завдання психологічної війни:

---

<sup>180</sup> Почепцов Г. Інформаційна політика: навчальний посібник. 2-ге вид. / Почепцов Г., Чукут С. – К.: Знання, 2008. – 663 с.

- схилити солдат противника до симуляції, дезертирства і здачі в полон;
- посіяти ворожнечу між групами військ і населенням противника та нацькувати їх один на одного;
- розпалити у солдатів недовіру до командування та уряду;
- пробудити у солдатів сумнів у правоті війни, підірвати віру в перемогу;
- підтримати діяльність підривних і диверсійних груп на території противника.

Засоби ураження (впливу) на людей та їхню психіку розрізняють залежно від мети їхнього застосування в психологічній війні. До таких цілей звичайно відносять:

- спотворення інформації, яку одержує політичне керівництво, командування та особовий склад збройних сил противника, та нав'язування їм фальшивої або беззмістовної інформації, яка лишає їх можливості правильно сприймати події або поточну обстановку та приймати правильні рішення;
- психологічне оброблення військ та населення;
- ідеологічні диверсії та дезінформування;
- підтримка сприятливої суспільної думки;
- організація масових демонстрацій під фальшивими лозунгами;
- пропаганда та розповсюдження фальшивих чуток;
- змінювання та керування індивідуальною та колективною поведінкою.

Поряд з використанням традиційних засобів (друковані та електронні засоби масової інформації) іде активна розробка та апробування спеціальних засобів впливу на людину як через ЗМІ, так і через комп'ютерні мережі: засоби інформаційно-психологічного (психофізичного) впливу, психогенного впливу, психоаналітичного впливу, нейролінгвістичного впливу, психотронного впливу та психотропного впливу.

В основі психологічної війни лежать психологічні операції. Згідно з офіційними документами армії США, *психологічні операції* – заходи з розповсюдження спеціально підготовленої інформації з метою здійснення

впливу на емоційний стан, мотивацію й аргументацію дій, рішення, які приймаються, і поведінку окремих керівників, організацій, соціальних або національних груп й окремих осіб іноземних держав у сприятливому для США і їх союзників напрямку. Вони можуть бути стратегічними, оперативними і тактичними за своїми масштабами. Термін виник в 1918 р. під час заснування підрозділу психологічної пропаганди військової розвідки американського експедиційного корпусу.

В СРСР, під час «холодної війни», існувало визначення-антипод – планова пропаганда або допоміжна (політична, економічна, культурна, відповідно військова та інша) діяльність, яка проводиться в мирний та військовий час, зорієнтована на іноземні ворожі, дружні або нейтральні аудиторії з метою впливу на їх відносини і поведінку в сприятливому напрямку для досягнення політичних і військових цілей. Психологічні операції використовують наочно-дієві, образні й вербальні засоби.

Найпотужнішим способом впливу інформаційних операцій є пропаганда й дезінформація. *Пропаганда*<sup>181</sup> – форма комунікації, спрямована на поширення фактів, аргументів, чуток та інших відомостей для впливу на суспільну думку на користь певної спільної справи чи громадської позиції. У широкому розумінні – поширення соціально-політичних, природничо-наукових та інших знань з метою їх втілення у суспільну свідомість; у вузькому розумінні – ідеологічно спрямована діяльність будь-якої партії для формування у конкретних верств населення певних поглядів і уявлень (світогляду).

Пропаганда зазвичай повторюється та розповсюджується через різні засоби масової інформації, щоб сформувати обраний результат суспільної думки. На відміну від об'єктивної подачі інформації, пропаганда подає інформацію насамперед для впливу на аудиторію. Пропаганда часто подає інформацію вибірково (хоча не до кінця сказана правда – це теж брехня), щоб спонукати до певних узагальнень, або використовує емоційно заряджені

---

<sup>181</sup> Міжнародна інформація: терміни і коментарі. Навчальний посібник / Макаренко Є. А., Рижков М. М., Кучмії О. П., Фролова О. М. – Вид. 2-ге, доповн. та переробл. – К.: Центр вільної преси, 2016. – С. 334-336.

повідомлення, щоб спровокувати радше емоційну, ніж раціональну реакцію на подану інформацію. Бажаним результатом є зміна ставлення цільової аудиторії до суб'єкта, щоб просувати таємні політичні плани. Пропаганда може використовуватись як форма політичного протистояння.

Пропаганда є потужною зброєю у війні; використовується для дегуманізації та створення ненависті до відповідного ворога як зовнішнього, так і внутрішнього, створенням хибного образу у свідомості. Це може відбуватися з використанням принизливої або расистської термінології, униканням деяких слів або з використанням непідтверджених заяв про ворожі звірства. Більшість пропагандистських війн вимагають, щоб власне населення відчувало, що ворог приніс несправедливість, що може бути тільки уявним, а може і базуватись на фактах. Власне населення має вирішити, що їхня нація захищає справедливість.

Пропаганда може класифікуватися відповідно до джерела та природи повідомлення:

- «біла» пропаганда загалом походить з відкритого доступного джерела та характеризується м'якшими методами переконання, такими як стандартні техніки відносин з громадськістю та однобічним поданням аргументів;

- «чорна» пропаганда подається ніби з одного джерела, проте має інше походження. Маскування правдивого джерела пропаганди є найпоширенішим, коли це пропаганда ворожої країни чи організації з негативним іміджем;

- «сіра» пропаганда – це пропаганда без визначеного джерела чи автора. Основне призначення «сірої» – змусити ворога повірити в брехню, використовуючи так звані «солом'яні аргументи»: перша фаза – змусити когось повірити в «А»; потім запускається «сіра» пропаганда «Б», яка протилежна до «А». У другій фазі «Б» дискредитується і ворог приходиться до висновку, що «А» – правда;

- позитивна (конструктивна) пропаганда прагне довести до аудиторії певні переконання в доступній формі. Мета позитивної пропаганди – сприяти соціальній гармонії, злагоді, вихованню людей згідно із загальноприйнятими

цінностями. Позитивна пропаганда виконує виховну й інформаційну функції в суспільстві; здійснюється в інтересах тих, до кого скерована, а не обмеженого кола зацікавлених осіб;

- негативна (деструктивна) пропаганда нав'язує людям певні переконання за принципом «мета виправдовує засоби». Мета негативної пропаганди – розпалювання соціальної ворожнечі, нагнітання соціальних конфліктів, загострення суперечностей у суспільстві, пробудження низинних інстинктів у людей тощо. Це роз'єднує людей, робить їх слухняними волі пропагандиста. Технологія створення «образу ворога» дає змогу згуртувати натовп навколо пропагандиста, нав'язати натовпу вигідні лідеру переконання і стереотипи. Основна функція негативної пропаганди – створення ілюзорної, паралельної реальності з «перевернутою», або спотвореною системою цінностей, переконань, поглядів. Негативна пропаганда активно використовує низьку критичність та навіюваність мас щоб маніпулювати цими масами в інтересах невеликої групи осіб.

Французський соціолог Жак Еллюль запропонував розрізняти вертикальну та горизонтальну пропаганди. Вертикальна – це класичний варіант пропаганди: інформаційний потік згори до низу з пасивним реагуванням аудиторії. Горизонтальну пропаганду Еллюль називає новим винаходом; вона реалізується в групі і не йде згори. У цій ситуації всі учасники є рівними, серед них немає лідера. Вертикальна пропаганда вимагає великого апарату масових комунікацій, горизонтальна – великої організації людей. Ж. Еллюль розрізняє політичну й соціологічну пропаганду. Політична («класична») пропаганда: техніки впливу держави, партії, адміністрації. Соціологічна ж працює на об'єднання групи; це стиль життя й типи поведінки, які є нормою в цьому суспільстві. Якщо політична пропаганда є розповсюдженням ідеології, то соціологічна – її проникненням завдяки існуючим економічним, політичним і соціологічним чинникам. У першому випадку мас-медіа є провідником, у другому – економічні та політичні структури. Розрізнення вертикальної / горизонтальної пропаганди та політичної / соціологічної на перший погляд

можуть здаватися тотожними, але в них акцентуються різні базові параметри. Вертикальна / горизонтальна стосуються напряму комунікації, що породжує ієрархічність (акцент зроблено на лідерстві). У випадку розрізнення політичної / соціологічної пропаганди акцентується тип медіа.

*Дезінформація*, в широкому (побутовому) розумінні, – викривлена, спотворена, неправдива інформація (брехня, обман, облуда), можливо, спотворена умисно (наклеп, плітки); у вузькому (фаховому, професійному) розумінні, – спосіб (різновид) психологічного впливу на свідомість людини (суспільства), засобом якого є інформація, тобто інформаційно-психологічний вплив, що здійснюється шляхом унесення змін до інформації, яка надходить до об'єкта впливу, для формування в нього хибного уявлення про певні події, факти, явища та, завдяки цьому, спонукання його до прийняття певних рішень (учинення певних дій або бездіяльності), вигідних суб'єкту впливу.

Суб'єктами дезінформування є: держави (спеціальні служби, дипломатичні установи) чи потужні недержавні компанії (що мають власну економічну розвідку), які, з урахуванням фахового рівня виконавців, значних фінансових та ресурсних можливостей, є «найвідомішими гравцями» у цій сфері; політичні й громадські організації, різноманітні бізнес-структури тощо.

Об'єктами дезінформування є особи (групи осіб), уповноважені приймати рішення на рівні своєї компетенції та передбачених повноважень: президент держави, парламент, прем'єр-міністр, міністр, уряд, командувач військами, генеральний штаб, рада директорів, особа (громадянин) як споживач або виборець тощо.

Історичний досвід свідчить, що упродовж тисячоліть людство напрацювало різні види, форми й методи проведення заходів із дезінформування, кожен із яких має власні недоліки та переваги. Конкретний вибір методу безпосередньо залежить від особливостей оперативної обстановки та завдань з дезінформації, а також реальних оперативних і фінансових можливостей суб'єкта.

Загалом виділяють такі *види дезінформації*:

1. Уведення в оману конкретної особи (групи осіб) шляхом надання хибної інформації (застарілої, неповної, спотвореної, перекрученої) як підстави для прийняття відповідного рішення (наприклад, щодо потенціалу суб'єкта (або третьої сторони) та його (її) намірів). Залежно від частки достовірних відомостей, розрізняють «сіре» (використання синтезу правдивої та неправдивої інформації) та «чорне» (переважає неправдива інформація) дезінформування.

2. Модифікація інформаційного потоку: вибіркове подання інформації (неповнота, напівправа, дозування, замовчування певної частини інформації) або в тенденційному викладенні чи упередженому висвітленні фактів чи іншої інформації щодо подій за допомогою спеціально підібраних правдивих даних.

3. «Білий шум» – технологія оточення правдивої інформації її неправдивими версіями, що так само підтверджені певними доказами, фактами, свідками. Такі версії диверсифікують справжню версію, розчиняють її в загальному потоці, який у сприйнятті зливається в один «білий шум» і особа швидко втрачає до нього інтерес. Цей спосіб застосовується переважно в комплексі заходів локалізації витоків інформації.

4. Дезінформування «від зворотного» відбувається шляхом надання правдивих відомостей у перекрученому вигляді чи в такій ситуації, коли вони сприймаються об'єктом спрямувань як неправдиві. Внаслідок застосування подібних заходів виникає ситуація, коли об'єкт знає правдиву інформацію про наміри чи конкретні дії протилежної сторони, але сприймає її неадекватно й не готовий протистояти негативному впливу.

5. Термінологічне «мінування» полягає у викривленні (підміні, спотворенні) первинної істинної суті принципово важливих, базових термінів, понять і тлумачень загальносвітоглядного та оперативно-прикладного характеру.

**Гібридна війна.** Франк Хоффман, консультант міністерства ВМФ США, один із авторів концепції «гібридної війни», наголошує, що кожній епосі властиві свої специфічні форми війни. Це вимагає щоразу нових



термінологічних розробок. Загалом сучасна епоха, на думку Ф. Хоффмана, характеризується процесами гібридизації, включно й у військовій сфері. Традиційні форми війни змішуються з діяльністю організованої злочинності, іррегулярними конфліктами та тероризмом. Для характеристики цієї нової реальності він пропонує застосовувати поняття «гібридної війни», яке дає змогу оперативно відобразити суть змін у характері сучасної війни.

Існують різні варіанти визначення сутності *гібридної війни*:

- військова стратегія, яка поєднує звичайну війну, малу війну та кібервійну;
- атака з використанням ядерної, біологічної, хімічної зброї, саморобних знарядь для терористичних атак та інформаційного тиску;
- складна та гнучка динаміка бойового простору, яка передбачає швидку реакцію та адаптацію учасників протистояння;
- сучасний вид партизанської війни, яка поєднує сучасні технології та методи мобілізації;
- основний метод в асиметричній війні, яка ведеться на трьох умовних фронтах: серед населення конфліктної зони, тилового населення та міжнародної спільноти;
- будь-які дії ворога, який швидко та гнучко використовує найрізноманітніші комбінації дозволеної зброї, партизанську війну, тероризм, злочини на полі бою, і все для досягнення політичних цілей.

У найзагальніших рисах «гібридну війну»<sup>182</sup> визначають як сукупність заздалегідь підготовлених й оперативно реалізованих дій військового, дипломатичного, економічного, інформаційного характеру, спрямованих на досягнення стратегічних цілей. До складових гібридної війни відносяться традиційні та нестандартні загрози, тероризм, підривні дії, коли використовують новітні чи нешаблонні технології для протидії перевазі супротивника у військовій силі.

---

<sup>182</sup> Магда Є. Гібридна війна: сутність та структура феномену / Є. Магда [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://journals.iir.kiev.ua/index.php/pol\\_n/article/view/2489](http://journals.iir.kiev.ua/index.php/pol_n/article/view/2489)

Гібридні сили успішно застосовують технологічно передові системи таким чином, що вони працюють на межі можливостей, тому гібридні збройні сили мають перевагу над традиційною армією, яка діє суворо в рамках уставу. Загалом, гібридна загроза відзначається тим, що стирає традиційні уявлення та практики війни.

*Етапи «гібридної війни»:*

Перший етап: інноваційна агресія (кібервійна, економічний тиск, інформаційно-психологічні атаки та ін.). Часто доволі складно виявити й ідентифікувати приховану економічну атаку, яка може бути замаскованою під конкуренцію та боротьбу за лідерство між країнами й транснаціональними корпораціями в окремих секторах або галузях економіки. Не завжди можна простежити акт агресії у просуванні національної культури однієї країни на теренах іншої. Схожа ситуація має місце і в просуванні ЗМІ, які здійснюють боротьбу за цільові аудиторії та зони впливу, що можуть поширюватися на сусідні держави й окремі континенти. Навіть у разі можливості відстеження зазначених тенденцій вкрай важко обґрунтувати і довести звинувачення та змусити опонента припинити агресивні дії. До цього залучаються міжнародні третейські інституції, присуди яких виносяться роками та мають нечіткі рішення. Крім того, процедура прийняття рішень такими структурами є доволі тривалою, а гібридні атаки здійснюються швидко.

Другий етап: застосування нерегулярних збройних формувань або приватних армій (повстанський, партизанський рух, тероризм). Другий етап гібридної війни набуває характеру певної відкритості, коли вже стає зрозумілим, хто є ініціатором агресії, втім, із наведенням доказів в цьому випадку доволі складно, бо атакуюча сторона не розкриває остаточно своїх карт.

На цьому етапі головними засобами здійснення гібридної агресії є такі:

- створення атмосфери бездуховності, накручування конфліктних ситуацій, знищення авторитету державної влади;
- дестабілізація політичної ситуації (конфлікти, репресії, терор);

- блокування інформаційної діяльності органів центральної влади та місцевого самоврядування;
- підрив авторитету та дискредитація органів державної влади усіх рівнів;
- провокування соціальних, політичних, національних, релігійних зіткнень аж до розв'язання громадянської війни;
- ініціювання масових протестних акцій та безладів на вулицях, погромів офіційних установ та громадських структур.

Третій етап: офіційні військові дії або демонстрація сили (ідентифікована уніформа, зброя, офіційне визнання участі у конфлікті). На третьому етапі гібридної війни боротьба фактично набуває відкритої форми і може перейти в офіційний збройний конфлікт. Це здійснюється або у форматі відкритої інтервенції, або під виглядом уведення миротворчих сил. В обох випадках головним офіційним приводом є намагання зупинити внутрішньонаціональні конфлікти або припинити неправомірні дії офіційної влади, що суперечать сучасним нормам та принципам захисту прав людини, встановленим та закріпленим у міжнародних угодах та деклараціях ООН, ЮНІСЕФ, Ради Європи тощо.

Типовим прикладом гібридної війни вважають війну, яку вела «Хезболла» в Лівані у 2006 р., використовуючи класичні військові дії, нерегулярні збройні формування та інформаційні методи ведення війни, завдавши Ізраїлю, на думку багатьох експертів, стратегічної поразки. Гібридна загроза здатна нівелювати технологічну перевагу будь-якої армії. Змістити акцент у процесі прийняття рішення з військової площини в етичну та моральну, змусити обирати між уставом, правом, мораллю, врешті, дискредитувати противника, хай яке б рішення було прийнято, – ось ключові моменти, які забезпечили перевагу «Хезболли».

Іншим прикладом гібридної війни, у якій військова потужна держава-агресор домовляється із недержавними виконавцями – групами місцевого населення та бойовиками, – зв'язок із якими вона формально цілковито заперечує, є російська диверсійна діяльність в Україні навесні 2014 р. Під час

конфлікту невеликі групи російських військовослужбовців організували та координували озброєні загони повстанців із місцевого населення на сході України, уникаючи прямого введення своїх військ через український кордон, що дало змогу Росії обходити міжнародне право.

Захоплення Криму і його входження до складу Російської Федерації було успішною операцією гібридної війни. Ввічливі «зелені чоловічки», озброєні новітньою російською зброєю, створення сприятливого для Кремля інформаційного фону в західних ЗМІ, цілеспрямована дезінформація на український сегмент Інтернету (наприклад, піднятий над флагманом ВМС України «Гетьманом Сагайдачним» Андріївський прапор, про що повідомили ІТАР-ТАРС і РІА «Новости»), дипломатична клоунада Віталія Чуркіна на засіданні Ради Безпеки ООН – складові гібридної війни, кульмінацією якої стало проведення референдуму і прийняття Криму і Севастополя до складу РФ.

В Україні під загрозою виявились практично усі сфери суспільного життя – економіка, політика, культура пам'яті та інформаційного споживання, навіть ідентичність. Слабка диверсифікація ринків збуту української продукції, прив'язаність до російського ринку базових секторів вітчизняного господарства, відсутність альтернативних джерел постачання ресурсів – усе це перетворилося на питання національної безпеки. Відсутність адекватної інформаційної й культурної політики спричинила культурну окупацію свідомості значної частини громадян. Зусиллями пропаганди була нав'язана штучна проблема дискримінації російськомовного населення, страх перед ефемерною загрозою «бандерівщини». Український інформаційний простір без належного російськомовного й англомовного контенту виявився замкненим, неконкурентним, не готовим донести українську позицію до світової спільноти.

#### § 4. Інформаційна безпека в діяльності міжнародних організацій

**Інформаційна безпека ЄС.** У 1995 р. ЄС прийняв Директиву щодо захисту особистості з дотриманням режиму персональних даних та вільного руху таких даних. Директива спрямована на впорядкування практики захисту інформації в межах Європейського Союзу. Держави-члени зобов'язані прийняти закони щодо захисту персональної інформації, як в публічному, так і в приватному секторі. Зазначені закони мають також включати тимчасове блокування переміщення інформації до держав-не-членів Європейського Союзу, які не встановили адекватного рівня захисту інформації.

У 2001 р. Європейська Комісія представила перший документ під назвою «Мережева та інформаційна безпека: європейський політичний підхід» в якому окреслено європейський підхід до проблеми інформаційної безпеки. ЄК використовує термін «мережева та інформаційна безпека», який трактується як здатність мережі або інформаційної системи чинити опір випадковим подіям або зловмисним діям, які становлять загрозу доступності, аутентичності, цілісності та конфіденційності даних, що зберігаються або передаються, а також послуг, що надаються через ці мережі і системи<sup>183</sup>.

Дії, що порушують безпеку інформаційних мереж і систем, згруповані так:

- перехоплення електронної комунікації, копіювання чи модифікація даних;
- неавторизований доступ до комп'ютера або комп'ютерних мереж;
- деструктивні атаки на мережі, зокрема атаки на доменні імена, перевантаження мережі штучними повідомленнями, атаки, спрямовані на порушення маршрутизації;
- шкідливе програмне забезпечення;
- підробка веб-сайтів;

---

<sup>183</sup> Європейські публічні комунікації: культура, політика, технології: колективна монографія / А.Л. Шинкарук, В.М. Парфенюк, Е.Я. Кац. – Рівне, 2013. – 416 с.

- безпекові інциденти як наслідок непередбачених і ненавмисних подій, таких як природні катаклізми, збої у роботі апаратних засобів та програмного забезпечення, людські помилки.

Європейське співтовариство наголошує, що мережева та інформаційна безпека стає ключовим фактором у розвитку інформаційного суспільства. Перш за все, мережі та інформаційні системи містять конфіденційні дані й економічно цінну інформацію, що підвищує стимул для атак. Атаки на інформаційні системи можуть мати серйозні у національному масштабі наслідки (наприклад, проблеми в роботі систем комунікацій, витік конфіденційної інформації тощо).

Проблема полягає у тому, що точно оцінити масштаб фактичних і потенційних збитків внаслідок порушення мережевої безпеки дуже важко, оскільки по-перше, немає системи оповіщення, по-друге, атаки спричиняють значну кількість нематеріальних збитків, зокрема репутаційних, і багато кампаній намагаються не інформувати про такі події, боячись негативної реклами. До того ж, мережева й інформаційна безпека є динамічною проблемою. Швидкий технологічний розвиток постійно створює нові виклики і загрози і вимагає нових рішень.

У документі визначено такі основні напрями європейської політики інформаційної безпеки:

1. Підвищення обізнаності користувачів щодо можливих загроз під час користування комунікаційними мережами. Основна мета країн ЄС – забезпечити громадян, бізнес, державні адміністрації доступною і надійною інформацією про мережеву та інформаційну безпеку. Для цього пропонуються такі заходи:

- країни-члени мають проводити інформаційно-освітню кампанію для громадськості;

- країни-члени мають просувати використання кращого досвіду у сфері безпеки, що базується на існуючих стандартах, таких як ISO / IEC 17799;

- країни-члени мають приділяти більше уваги у навчальних програмах курсам, присвяченим питанням безпеки.

2. Створення європейської системи попередження та інформування про нові загрози. Основне завдання країн ЄС – створити систему попередження для користувачів, яка б не лише інформувала про небезпеку, але й давала поради щодо протидії атакам, а також створити конфіденційний механізм сповіщення про атаки для бізнесових структур. У країнах-членах функціонують «Комп’ютерні групи швидкого реагування» (CERTs). Однак, такі групи часто не мають потрібного обладнання і чітко визначених функціональних обов’язків. До того ж, CERTs в Європі залежать від політики Координаційного центру комп’ютерних груп швидкого реагування (CERT/CC), що фінансується американським урядом. Як наслідок, європейське співробітництво є обмеженим. Для вирішення цієї проблеми пропонуються такі дії:

- перегляд країнами-членами системи CERT з точки зору технічного забезпечення та компетенції;

- створення зв’язку CERT мережі Євросоюзу з подібними структурами інших країн;

- обговорення з країнами-членами питання щодо організації на європейському рівні збору даних, аналізу та планування схем реагування на існуючі і потенційні загрози безпеці.

3. Забезпечення технологічної підтримки. Пріоритетне значення надається розвитку досліджень з проблеми мережевої та інформаційної безпеки. Для цього запропоновано включати питання безпеки у Рамкові програми ЄС, а країнам-членам рекомендовано активно просувати використання засобів змінного стійкого шифрування.

4. Підтримка ринково орієнтованої стандартизації та сертифікації. Однією з основних умов підвищення безпеки інформаційних систем є використання усіма суб’єктами єдиних стандартів. У ЄС функціонує Організація європейського співробітництва з питань акредитації, яка відповідає за сертифікацію бізнес-процесів та систем управління інформаційною безпекою,

Європейська ініціатива з питань стандартизації електронних підписів, спрямована на розробку єдиних рішень на підтримку директиви ЄС про електронні підписи, а також ініціативи впровадження інфраструктури з відкритими ключами.

Основна проблема полягає в існуванні великої кількості конкуруючих стандартів та специфікацій, що призводить до фрагментації ринку та несумісних рішень. Отже, основним завданням є координація та гармонізація існуючих стандартів.

З цією метою Комісією пропонуються такі заходи:

- європейські організації зі стандартизації мають прискорити роботу над сумісними і безпечними продуктами і послугами;

- країни-члени мають просувати використання процедур сертифікації та акредитації по загальноприйнятим європейським та міжнародним стандартам, сприяючи взаємному визнанню сертифікатів;

- європейські комерційні організації мають брати більш активну участь в європейській (CEN, Cenelec, ETSI) та міжнародній діяльності зі стандартизації;

- країни-члени мають переглянути існуючі стандарти безпеки.

5. Правове забезпечення. Пріоритетними напрямками політики ЄС в сфері правового регулювання інформаційної безпеки є захист персональних даних, телекомунікаційні послуги та кіберзлочинність. Для вдосконалення правової бази в сфері інформаційної безпеки Європейська комісія пропонує такі заходи:

- забезпечення спільного розуміння правових наслідків безпеки в електронних комунікаціях;

- створення країнами-членами сприятливих умов для вільного обігу продуктів і послуг шифрування через гармонізацію адміністративних експортних процедур та послаблення експортного контролю;

- розробка Комісією правових заходів для зближення національних законодавств щодо атак на комп'ютерні системи.



6. Зміцнення безпеки на державному рівні. Проблема безпеки має важливе значення для подальшого розвитку е-врядування. За цих умов завданням державних органів влади є не лише забезпечення відповідності інформаційно-комунікаційних систем вимогам безпеки, але й сприяння розвитку культури безпеки, що передбачає розробку «організаційної політики безпеки». За цим напрямом передбачається реалізація таких заходів:

- країни-члени мають впровадити ефективні та сумісні засоби інформаційної безпеки як основу е-врядування та електронних державних закупівель;

- країни-члени мають використовувати електронні підписи під час надання державних онлайн послуг;

- Європейська Комісія має вжити заходи для посилення вимог безпеки для своїх інформаційно-комунікаційних систем.

7. Розвиток міжнародного співробітництва з питань інформаційної безпеки. Європейська комісія бере участь у роботі Великої Сімки, Організації економічного співробітництва і розвитку та ООН. Приватний сектор працює над проблемами безпеки в таких організаціях, як Глобальний бізнес-діалог ([www.GBDe.org](http://www.GBDe.org)) або Глобальний інтернет-проект ([www.GIP.org](http://www.GIP.org)). Основне завдання ЄС – подальше зміцнення діалогу Європейської комісії з міжнародними організаціями та партнерами щодо проблеми мережевої безпеки та, зокрема, щодо зростаючої залежності від електронних мереж<sup>184</sup>.

10 березня 2004 р. створено Європейську агенцію з питань мережевої та інформаційної безпеки (European Network and Information Security Agency – ENISA), діяльність якої спрямована на зміцнення можливостей європейської спільноти, країн-членів, а також ділових кіл в сфері попередження і реагування на проблеми, пов'язані з інформаційною безпекою. Основними напрямками діяльності Агенції є:

---

<sup>184</sup> Європейські комунікації: монографія. / Макаренко Є.А., Ожеван М.А., Рижков М.М. та ін. – К.: Центр вільної преси, 2006. - 536с.

- надання консультацій та допомоги Комісії і країнам-членам в сфері інформаційної безпеки;

- збір та аналіз даних щодо безпекових інцидентів в Європі та ризиків, що виникають;

- розробка методів оцінки та управління ризиками для підвищення здатності ЄС реагувати на загрози інформаційній безпеці;

- підвищення обізнаності та розвиток співробітництва між різними акторами в сфері інформаційної безпеки, зокрема шляхом стимулювання взаємодії між державним і приватним секторами.

Агенція також допомагає Європейській комісії у попередній технічній роботі з метою оновлення і вдосконалення європейського законодавства в сфері мережевої та інформаційної безпеки. У своїй діяльності Агенція спирається на щорічні робочі плани / програми, які містять перелік основних пріоритетів і цілей та запланованих заходів для виконання поставлених завдань.

У рамках ЄС значну увагу приділено проблемі кібербезпеки як складової інформаційної безпеки. З 1999 р. ЄС реалізує програми «Безпечніший Інтернет» (Safer Internet). Тривалість кожної програми – 4-5 років. Основними цілями програми є: підвищення обізнаності громадськості, забезпечення громадськості мережею контактних пунктів для повідомлення про незаконні та шкідливі контент і поведінку; сприяння саморегулюючим ініціативам у цій сфері та залучення дітей до створення безпечнішого он-лайн середовища; створення бази знань щодо нових тенденцій у використанні он-лайн технологій та їхніх наслідків для життя дітей. Так, в рамках програми фінансуються Інтернет-центри, створені на національному рівні і координовані на європейському рівні. Основна мета діяльності центрів – підвищення обізнаності дітей, батьків, вчителів про он-лайн ризики, а також надання порад молоді щодо безпечного користування мережею через телефони довіри та контактні пункти.

Для боротьби з незаконним контентом в рамках програми фінансуються такі проекти, як CIRCAMP – тематична мережа для розвитку міжнародного

співробітництва правоохоронних органів; База даних Інтерполу про акти сексуального насильства над дітьми (INTERPOL International Child Sexual Exploitation Image Database), мета якої полягає у попередженні та виявленні актів сексуального насильства над дітьми через ідентифікацію жертв та зловмисників тощо.

На підтримку діяльності Інтернет-центрів щодо підвищення обізнаності громадськості, в рамках програми «Безпечніший Інтернет» профінансовано онлайн проект PEGI (Pan European Game Information) – нова версія Панєвропейської ігрової інформаційної системи PEGI, мета якої – захистити молодь від шкідливого ігрового контенту та підвищити обізнаність батьків щодо ризиків та можливої шкоди, якої можуть завдати онлайн ігри; SIP-BENCH – експертне дослідження наявного програмного забезпечення для фільтрування контенту з точки зору ефективності, простоти і зручності використання, придатності для європейських споживачів.

У травні 2007 р. Європейська комісія представила документ «На шляху до загальної політики в сфері боротьби з кіберзлочинністю», в якому «кіберзлочинність» визначається як кримінальні дії, скоєні з використанням електронних комунікаційних мереж та інформаційних систем або проти таких мереж та систем. Це поняття включає три категорії злочинів:

- 1) традиційні форми злочину (шахрайство та підробки в електронних комунікаційних мережах та інформаційних системах);
- 2) публікація протизаконного контенту в електронних медіа (дитяча порнографія, матеріали із закликами до расової ненависті і т.п.);
- 3) специфічні злочини в електронних мережах (атаки на інформаційні системи, хакерство тощо).

Політика Європейської комісії в сфері боротьби з кіберзлочинністю реалізується за чотирма основними напрямками:

- законотворчий процес: найбільш важливим законодавчим рішенням є Рамкове рішення Ради Міністрів ЄС щодо атак на інформаційні системи від 17 січня 2005 р. Рамкове рішення покликане забезпечити мінімальний рівень

зближення кримінального права для найбільш поширених форм кримінальної діяльності відносно інформаційних систем, таких як незаконний доступ, незаконне втручання у систему та дані;

- Європейська комісія заохочує транскордонне співробітництво правоохоронних органів країн-членів ЄС шляхом організації конференцій, створення цілодобових контактних пунктів у країнах-членах ЄС, розвитку платформи для навчання експертів у сфері боротьби з кіберзлочинністю;

- ЄК розвиває співробітництво між державним і приватним секторами у боротьбі з кіберзлочинністю, зокрема, співпрацю між правоохоронними органами та приватними компаніями;

- ЄК заохочує підписання країнами-членами та іншими країнами Конвенції про кіберзлочинність, розробленої Радою Європи, та бере участь у міжнародних робочих групах<sup>185</sup>.

У березні 2009 р. опубліковано Повідомлення Європейської комісії «Захист Європи від широкомасштабних кібератак та руйнувань: посилення рівня підготовленості, безпеки та стійкості», в якому визначено основні виклики / проблеми, які потребують негайного реагування ЄС, а також окреслено основні заходи, необхідні для посилення безпеки та здатності європейської критичної інформаційної інфраструктури протистояти зовнішнім впливам. Згідно з документом, основними викликами безпеці інформаційних інфраструктур ЄС є: некоординовані національні підходи до безпеки інформаційних інфраструктур, що знижує ефективність національних заходів; відсутність на європейському рівні партнерства між державним та приватним секторами; обмежені можливості ЄС щодо раннього попередження та реагування на безпекові інциденти, зумовлені нерівномірністю розвитку систем моніторингу і сповіщення про інциденти у країнах-членах, нерозвиненістю міждержавного співробітництва та обміну інформацією щодо цих проблем;

---

<sup>185</sup> Європейські публічні комунікації: культура, політика, технології: колективна монографія / А.Л. Шинкарук, В.М. Парфенюк, Е.Я. Кац. – Рівне, 2013. – 416 с.

відсутність міжнародного консенсусу щодо пріоритетів у реалізації політики захисту критичної інформаційної інфраструктури.

У грудні 2015 р. Європейський Союз узгодив текст реформи захисту інформаційного простору. На підготовку цього документу пішло чотири роки та півроку тресторонніх переговорів між Єврокомісією, Європейським парламентом та Радою Міністрів. Нові закони включають Генеральне положення про захист даних, який регулює використання даних про приватне життя громадян Євросоюзу, а також Директиви щодо захисту даних, що регламентують доступ до приватної інформації у рамках правоохоронної діяльності. Нововведення покликані створити потужну законодавчу базу для захисту конфіденційних даних, впорядкувати законодавство між країнами-членами, створити спільний інформаційний ринок та посилити співробітництво у галузі безпеки. Наголошено на тому, що реформа покликана стати універсальним, наднаціональним пакетом законів в сфері інформації.

**Інформаційна безпека в діяльності НАТО<sup>186</sup>.** Основним принципом безпеки інформації НАТО є те, що інформація повинна зберігати свій ступінь захисту при всіх її передачах, починаючи з джерела, а контроль за розподілом і поширенням інформації повинен забезпечити відсутність її витоку, а також і те, що правила доступу до інформації повинні дозволяти використання інформації лише особам, яким вона потрібна для виконання службових обов'язків. Присвоєння інформації НАТО того або іншого грифа таємності виробляється відповідно до правил систем безпеки країн-учасниць.

У 2010 р. на Лісабонському саміті НАТО було вирішено розробити нову політику НАТО з кіберзахисту, а також конкретний план дій. НАТО планує використовувати процеси оборонного планування з метою сприяння розвитку захисту від кіберзлочинності для союзників, а також для оптимізації взаємодії, співпраці та обміну інформацією. НАТО тісно співпрацює за країнами ЄС та з ООН для вирішення питань небезпеки, що виникає у кіберпросторі.

---

<sup>186</sup> Макаренко С. А. Міжнародні інформаційні відносини: монографія / С. А. Макаренко. – К.: Наша культура і наука, 2002. – 452 с.

Кібер-атаки стають все більш частими, більш організованими і більш збитковими для державних установ, підприємств, економіки; вони можуть досягти критичного рівня, який загрожує національному та Євроатлантичному процвітання, безпеці і стабільності. Джерелом таких атак можуть бути іноземні військові та розвідувальні служби, організовані злочинні угруповання, терористичні та / або екстремістські групи. Захист від кібернетичних атак є важливою ланкою розробок НАТО. Зокрема були сформовані стандарти НАТО щодо захисту інформації, мінімальні з яких містять вимоги зі збереження, передачі та обробки інформації. Ключовим терміном в цьому аспекті є «керування ризиком», тобто незалежна оцінка уразливості інформації, а також проведення контрзаходів з цього приводу. Для розуміння важливості захисту інформації, потрібно чітко уявляти розміри вартості можливих збитків при витоку інформації, і враховувати відповідність затрат необхідних ресурсів для захисту інформації.

Основні положення політики безпеки НАТО, в т.ч. щодо класифікованої інформації, викладені у документі «Безпека в межах організації Північноатлантичного договору». «Класифікована інформація» – термін, який використовується у законодавстві країн-членів НАТО стосовно частини вразливої інформації. З позицій інформаційної безпеки вся інформація у світі поділяється на загальнодоступну і ту, доступ до якої з тих чи інших причин обмежується. В англійській традиції їй відповідає поняття «вразлива інформація» (sensitive), тобто інформація, яка вразлива до загроз, що виникають у зв'язку з несанкціонованим доступом до неї, і тому потребує захисту або хоча б обмеження доступу до неї. Саме таке визначення прийнято в НАТО і країнах- членах Альянсу.

НАТО має п'ять рівнів захисту інформації з обмеженим доступом (Cosmic TOP Secret (CTS), NATO Secret (NS), NATO Confidential (NC), NATO Restricted (NR), Unclassified but Sensitive). У власному внутрішньодержавному законодавстві країни-члени НАТО використовують не більш як три рівні класифікації для інформації, що становить державну таємницю, зараховуючи

інформацію з грифом, що відповідає рівню RESTRICTED до розряду офіційної, службової та громадської (public) таємниці.

Питання забезпечення захисту інформації входять до юрисдикції Комітету внутрішньої безпеки НАТО (NSC), який є дорадчим органом при Північноатлантичній Раді, з питань, що стосуються безпеки НАТО. Головою Комітету є директор Служби безпеки НАТО (NOS), яка надає підтримку Комітету з боку Міжнародного секретаріату НАТО. Комітету внутрішньої безпеки також підпорядкована Робоча група з питань гарантування безпеки автоматичної обробки даних.

НАТО вимагає від країни-члена створити національний уповноважений орган, відповідальний за безпеку таємної інформації, через який Служба безпеки НАТО здійснює контакти з країною. Усередині НАТО національний уповноважений орган з безпеки інформації виконує функції керівництва створенням органа правління та режимних відділів, забезпечення безпеки таємної інформації НАТО в усіх установах, що знаходяться під її юрисдикцією, як всередині країни, так і за її межами, забезпечення розробки планів захисту інформації в разі виникнення надзвичайних обставин, з метою запобігання втрати конфіденційності таємної інформації НАТО.

Представники національного уповноваженого органа з безпеки інформації беруть участь у нарадах Комітету безпеки НАТО, на яких виробляються політика й інструкції у сфері безпеки. Є країни НАТО, в яких уповноважений орган з безпеки інформації знаходиться в міністерстві закордонних справ, оборони і юстиції. В інших країнах керівником уповноваженого органа з безпеки є прем'єр-міністр, міністр оборони або міністр внутрішніх справ. На обсяг функцій відповідального уповноваженого впливають розмір країни і кількість населення, географічне розташування місць обробки таємної інформації, розподіл повноважень між органами у сфері національної безпеки. Часто значна частина функцій відповідального уповноваженого делегується в міністерство оборони.

Сьогодні пріоритетним є впровадження найсучасніших систем спостереження і засобів обробки інформації і зв'язку. Тематичні публікації останніх років зазначають також, що у перспективі НАТО треба зосереджувати свою увагу на визначення довгострокових перспектив як впливової міжнародної організації. Витрати на утримання інформаційно-комунікаційних систем в межах НАТО покриваються коштами з бюджету Програми інвестицій у безпеку НАТО.

В останні роки було відмічено, що змістився акцент у проведенні кібернетичних атак. Сьогодні це більше порушення конфіденційності інформації, ніж порушення цілісного викладу інформації в мережі. В основному це відбувається шляхом збору інформації лише для службового користування, читання пошти тощо. Збитки від проведення таких кібернетичних атак складають майже мільярд доларів США, що є надзвичайно великою сумою в цьому контексті. У зв'язку з цим НАТО виокремлює такі цілі і вимоги для всіх країн, зацікавлених у збереженні цілісності, непорушності і конфіденційності їхнього державного інформаційного простору:

- інформаційна структура повинна постійно удосконалюватися, темпи розвитку нових інформаційних технологій та їх поширення повинні прискорюватися;

- важливим є розвиток систем електронної сертифікації та криптографії, належна підготовка персоналу;

- формування й реалізація єдиної державної політики в контексті забезпечення безпеки національних інтересів від загроз в інформаційній сфері має стати одним з пріоритетних напрямків розвитку держави;

- розвиток індустрії інформаційних та телекомунікаційних засобів, поширення їх на внутрішньому медіа-ринку держави, модернізація систем телемовлення та радіомовлення, оновлення технічної бази для забезпечення захисту інформації в цій сфері є також важливими заходами на шляху до формування державної інформаційної безпеки;



- протидія інформаційній експансії та спробам використання національного інформаційного простору.

Ефективний кіберзахист вимагає засобів запобігання, виявлення, реагування і відновлення після атак. НАТО здійснює кроки з розвитку таких засобів через створення Відомства з управління кіберзахистом, Спільного Центру передового досвіду з кіберзахисту і Сил реагування на комп'ютерні інциденти. НАТО виокремлює необхідність визначення спільних підходів з країнами до використання сучасних систем захисту інформації з урахуванням вимог інформаційної безпеки країни. Забезпечення режиму захисту інформації в разі створення спільних інформаційних та телекомунікаційних систем, в яких циркулюватиме інформація з обмеженим доступом, відбувається шляхом розроблення пропозицій щодо захисту конфіденційного зв'язку з використанням обладнання НАТО, необхідного для створення сумісних з НАТО відокремлених інформаційно-комунікаційних систем в органах виконавчої влади, а також підвищенням кваліфікації фахівців органів виконавчої влади з питань захисту інформації у рамках заходів Програми «Партнерство заради миру».

НАТО виокремлює необхідність здійснення зусиль задля посилення моніторингу критично важливих мереж в межах Альянсу та оцінки й зміцнення виявлених слабких місць. Альянс не виключає необхідності швидкого реагування на кібернетичні атаки шляхом надсилання групи експертів до будь-якої країни-члена, що постраждала від кібернападу, або до країни, яка відчуває загрозу вторгнення у її інформаційний простір. З часом, НАТО планує забезпечити себе повністю відповідним набором засобів кіберзахисту, включно з пасивними та активними елементами.

Інформаційно-психологічна боротьба велася упродовж всього існування людства. Зміст її в основному полягав у поширенні дезінформації однією чи двома сторонами конфлікту, тенденційної інформації для впливу на оцінки, наміри та орієнтацію населення, особового складу військових сил та осіб, які приймають рішення, з метою формування громадської думки на користь діючої

сторони. У контексті боротьби проти інформаційно-психологічного впливу НАТО є потужним актором, бо його країни-члени виокремили для себе такі питання, що є головними у діяльності кожної держави: зміцнити міжнародну безпеку; захистити свободу; сприяти верховенству права. Ці цілі не прив'язані до жодного календаря і не применшуються внаслідок технічного прогресу. Вони не стосуються жодного конкретного супротивника. Це постійні потреби і будуть існувати стільки, скільки НАТО буде їх захищати за допомогою єдності своїх членів, хоробрості своїх громадян і вільного виразу своєї колективної волі<sup>187</sup>.

Захист інформації в НАТО регламентується документом «Безпека в межах угоди Північної Атлантичної Організації», що був погоджений між країнами-членами. Цей документ подає основні вимоги щодо захисту інформації з обмеженим доступом, що члени НАТО домовилися виконувати. Він встановлює основні вимоги до систем забезпечення фізичної, персональної, процедурної і технічної безпеки. Підписуючи Документ, кожна нація дає зобов'язання на національному рівні гарантувати адекватний захист інформації з обмеженим доступом НАТО. Коли нація приєднується до альянсу, вона бере на себе зобов'язання захищати інформацію з обмеженим доступом НАТО. Причому кожен член НАТО дає інформації з обмеженим доступом власну оцінку, і залежно від того, як інші члени НАТО виконують узяті на себе зобов'язання, визначає, яку інформацію його країна зробить доступною для альянсу. Таким чином, будь-яка відмова з боку одного або кількох членів альянсу виконати своє зобов'язання, може призвести до скорочення кількості та якості переданої інформації з обмеженим доступом.

---

<sup>187</sup> Макаренко С. А. Міжнародні інформаційні відносини: монографія / С. А. Макаренко. – К.: Наша культура і наука, 2002. – 452 с.

## § 5. Міжнародний інформаційний тероризм і кіберзлочинність

Визначення інформаційного тероризму можна знайти як в міжнародно-правових документах та проектах конвенцій, так і в дослідженнях фахівців з цієї проблеми. Однією з характерних рис визначень інформаційного тероризму є те, що в переважній більшості в них згадується тільки один аспект інформаційної безпеки, пов'язаний із засобами обробки інформації, що звужує поняття інформаційного тероризму.

У Доповіді Генерального секретаря ООН дається таке визначення *«інформаційного тероризму»* – використання телекомунікаційних та інформаційних систем й ресурсів і вплив на такі системи і ресурси в міжнародному інформаційному просторі в терористичних цілях.

Інформаційний тероризм – це навмисний, політично мотивований напад на інформацію, комп'ютерні системи, комп'ютерні програми і дані, який спричинає насильство щодо невійськових цілей, скоєне субнаціональними групами чи прихованими агентами.

Незважаючи на те, що інформаційний тероризм в більшості випадків пов'язують з інформаційно-комунікаційними системами, велике значення має також проблема отримання інформації й контенту поширюваної інформації. У практичному плані це виражається в поширенні терористичними групами інформації, що закликає до насильницької зміни конституційного ладу, до збройних нападів, інформації, що стосується виготовлення різних вибухових пристроїв і т.д.

Зважаючи на це, **«інформаційний тероризм»** трактують також як акти, методи та практику, що виражаються в поширенні інформації, що суперечить нормам і принципам міжнародного права, а також у порушенні нормальної роботи інформаційної інфраструктури держави та суспільства, знищення банків і баз даних, у проникненні в інформаційні мережі, в іншому використанні можливостей інформаційних і комунікаційних мереж, що представляють собою грубе нехтування цілями і принципами ООН, спрямовані або розраховані на

створення обстановки страху, паніки серед широкої громадськості, групи осіб або конкретних осіб, що здійснюються в політичних цілях, якщо подібні дії можуть спричинити смерть або заподіяти шкоду особі чи особам, істотної шкоди майну, спровокувати цивільний безлад чи значну економічну шкоду<sup>188</sup>.

Ознаки інформаційного тероризму:

- одна із форм організованого насильства, особливий різновид психологічного терору;
- набуває свого поширення через засоби масової інформації;
- при інформаційному тероризмі здійснюється психічний вплив на широкі маси населення;
- тактична мета інформаційного тероризму полягає в тому, щоб привернути увагу до проблеми, зчинити навколо неї галас;
- стратегічна мета – залякування і деморалізація людей, задля досягнення певного результату;
- розрахунок робиться на ефект несподіванки;
- публічний і демонстративний характер дій – головна риса інформаційного тероризму.

Для України, де інформаційна діяльність поки що не набула належного розвитку, головні загрози у сфері інформаційного тероризму є не внутрішніми, а зовнішніми. Їх переважно створюють іноземні держави, міжнародні терористичні та інші злочинні угруповання й організації, які користуються нерозвиненістю й слабкістю відповідних державних структур. Визначаючи стан сучасних загроз інформаційного тероризму, слід зазначити, що інформаційний тероризм – це, насамперед, форма негативного впливу на особу, суспільство і державу усіма видами інформації; діяльність, що виражається в залякуванні населення й органів влади з метою досягнення злочинних намірів. У мирний час прямими виконавцями акцій інформаційного тероризму є іноземні

---

<sup>188</sup> Міжнародна інформаційна безпека: сучасні виклики та загрози / Л. В. Губерський, Є. А. Макаренко, В. П. Гондюл та ін.. – К.: Наша культура і наука, 2007. – С. 300-304.

спецслужби й організації, закордонні і значна частина українських ЗМІ, організації сектантів і церковників, різного роду місіонерські організації, окремі екстремістські елементи і групи. Активно використовують інформаційні канали і безпосередньо терористи, подаючи свої плани через офіційні канали інформації. Дестабілізація суспільства чи у внутрішній політиці країни, між ворогуючими публічними особами, чи у зовнішньополітичних стосунках через інформаційний тероризм стає дедалі популярнішою, адже вдало оформленою інформацією можна знищити все, і зброя стане неактуальною.

Сучасний інформаційний тероризм характеризується як множина інформаційних війн та спецоперацій, пов'язаних із національними або транснаціональними кримінальними структурами та спецслужбами іноземних держав. Доступність інформаційних технологій значно підвищує ризики інформаційного тероризму. Розвиненість інформаційної інфраструктури суспільства сприяє створенню додаткових ризиків інформаційного тероризму. Своєю чергою, інформаційний тероризм розділяється на:

1) інформаційно-психологічний тероризм (контроль над ЗМІ з метою поширення дезінформації, чуток, демонстрації могутності терористичних організацій);

2) інформаційно-технічний тероризм (завдання збитків окремим елементам і всьому інформаційному середовищу супротивника в цілому: руйнування елементної бази, активне придушення ліній зв'язку, штучне переавантаження вузлів комунікації і т.п.).

**Медіа-тероризм**<sup>189</sup> став сьогодні чи не найбільш розповсюдженою формою міжнародного тероризму – найбільш небезпечного явища соціального і політичного життя, яке розповсюдилося на межі ХХ–ХХІ ст. Його постійна трансформація, зростання деструктивного потенціалу й поява нових форм викликають природне занепокоєння. Раніше існуючий тероризм перестав мати

---

<sup>189</sup> Міжнародна інформаційна безпека: сучасні виклики та загрози / Л. В. Губерський, Є. А. Макаренко, В. П. Гондюл та ін.. – К.: Наша культура і наука, 2007. – С. 300-304.

національний характер і межі. З локальної тактичної загрози він перетворився на загрозу регіональну і глобально стратегічну.

Під *медіа-тероризмом* розуміємо залякування цільової аудиторії окремими терористами (або терористичними організаціями) з метою реалізації політичних, соціальних та інших цілей шляхом викликання та поширення в інформаційному просторі завдяки інтенсивному використанню можливостей сучасних мас-медіа почуття страху, що виникає в результаті факту (або загрози) нелегітимного насилля.

На теперішньому етапі свого розвитку медіа-тероризм набув характеру міжнародного глобального явища, що відбулося унаслідок необхідності отримання необхідного рівня висвітлення терористичної діяльності для реалізації основних цілей терористів – залучення уваги громадськості західних країн з метою примусити її чинити тиск на уряди відповідних держав для зміни їх політики відносно того або іншого питання. Саме в умовах інформаційного суспільства, ознакою якого є виникнення і розвиток нових засобів масової інформації, терористи апелюють до зарубіжних аудиторій та інтернаціоналізують свої проблеми.

Цілі, завдання, використовувані методи медіа-терористичної діяльності спричиняють зближення медіа-тероризму з інформаційною війною в різних аспектах погляду на останню – це передача певного «меседжу» в результаті терористичного акту, психологічний вплив на масову свідомість, формування глобального вимірювання терористичної активності, використання тероризму як способу політичної боротьби в окремих державах і в рамках світової політики тощо. Чим вища і могутніша роль мас-медіа, тим ширше поле потенційного впливу тероризму на суспільство, тим результативнішим буде їхня діяльність.

У широкому розумінні медіа-тероризм – це інтенсивне використання засобів мас-медіа (включаючи супутникове телебачення, Інтернет, стільниковий зв'язок та ін.) не тільки на етапі розповсюдження меседжу про терористичний акт (як факт або загрозу), але й на попередніх етапах –

створення терористичного угруповання, рекрутингу, пошуку джерел фінансування, встановлення зв'язків між терористами та ін., то інформаційна війна, точніше, її засоби, можуть слугувати ефективним інструментом в антитерористичній боротьбі.

Терористичні організації сьогодні стають справжніми професіоналами у використанні нових інформаційних технологій і маніпулюванні суспільною думкою – саме це дозволяє їм максимально скоротити розрив між ними та бойовими силами держави. Терористи навчилися майстерно використовувати інформацію та все, що з нею пов'язано, і вкладають у ці вміння основні ресурси, як держава вкладає кошти в озброєння. Саме тому в умовах інформаційного суспільства розвинена держава має бути готова вживати заходи щодо попередження медіа-тероризму, використовуючи ті засоби, що зумовлені специфікою антитерористичної діяльності в умовах інформаційного суспільства.

Суб'єкт тероризму здійснює теракт, обравши «точку» максимально ефективного впливу. Роль резонатора виконують, як правило, електронні ЗМІ, для яких повідомлення про теракти стали останнім часом однією з найприбутковіших і престижних форм діяльності. Аудиторія тероризму – це телеаудиторія, оскільки останній пропонує для телебачення ідеальну «картинку»: сюжетну напругу, сильні емоції, ірраціональну тривогу тощо. Здійснений у точці резонансу і широко трансльований ЗМІ, теракт стає власністю «аудиторії тероризму», тобто тих людей, для яких дані про теракт є підставою для зміни власної позиції або поведінки у бажаний для терористів бік. Цю аудиторію можна умовно поділити на дві підгрупи:

1) референтна група тероризму, тобто та частина громадськості, яка співчуває терористам і розцінює конкретний теракт як привід для звернення громадської уваги до соціальних проблем, що породжують дані негативні явища. Головне завдання референтної групи – доводити до відома влади вимоги терористів як побажань (вимог) стривоженої терором громадськості;

2) віктимізована група, тобто ті, хто усвідомлює теракт як безпосередню загрозу своєму життю і, не постраждавши безпосередньо від нього, відчуває себе усе ж його жертвою. Саме ця група і є об'єктом залякування, яке може довести її до паніки і хаотичних дій, іноді навіть до приєднання до референтної групи у вимогах піти на поступки терористам.

Окрім цього, ще однією групою є світове співтовариство, яке повинно, отримавши повідомлення про теракти, усвідомити вимоги терористів як міжнародну проблему, що призводить, в свою чергу, до втручання у внутрішні справи держави – адресата терору. Останнім часом помітно, що саме на міжнародне співтовариство розраховують діячі «світового підпілля», вбачаючи більше ефекту в тиску на владу не «знизу», а «зверху». Можливість такого варіанту обумовлена, по суті, гарантованою наявністю тієї чи іншої геополітичної сили, якій вигідно послаблення держави, що стає жертвою тероризму. Саме завдяки тиску резонансного середовища, а не від безпосереднього «фізичного» впливу терактів, влада зазвичай буває змушена йти на поступки терористам, по суті визнаючи за ними право «політичного суб'єкта», що в свою чергу, фіксує включення механізму «зворотного зв'язку»: на своє «повідомлення» терористи отримують потрібну їм відповідь – пряму чи непряму політичну легітимізацію їх дій.

*Телекілер* («медіа-кілер») – термін, який використовують щодо характеристики діяльності журналістів, які вибудовують свою роботу на зборі та упередженій подачі компрометуючих матеріалів з метою викриття об'єкта дослідження. Поняття «медіа-кілер» застосовують не лише стосовно окремих журналістів, але і до видань загалом, які займаються публікацією компромату.

**Кібертероризм<sup>190</sup>**. В українській і зарубіжній науковій літературі, пов'язаній з дослідженням кіберзлочинності, наявні різні підходи до визначення кібертероризму та його кваліфікації:

---

<sup>190</sup> Міжнародна інформаційна безпека: сучасні виклики та загрози / Л. В. Губерський, Є. А. Макаренко, В. П. Гондюл та ін.. – К.: Наша культура і наука, 2007. – С. 300-304.



•прихильники першого підходу відносять кібертероризм до категорії комп'ютерних злочинів і комп'ютерний тероризм слід розглядати як один із різновидів неправомірного доступу до комп'ютерної інформації, розміщеної в окремій обчислювальній машині чи в мережі ЕОМ; він здійснюється з метою модифікації, знищення зазначеної інформації чи ознайомлення з нею, що забезпечує формування обстановки, за якої функціонування даної ЕОМ чи мережі виходить за межі, передбачені штатними умовами експлуатації, й виникає небезпека загибелі людей, заподіяння майнового збитку або настання будь-яких інших суспільно небезпечних наслідків. При цьому основними цілями здійснення згаданих дій вважається тиск на органи влади, дестабілізація суспільно-політичної обстановки за рахунок залякування, ускладнення міжнародних відносин і, як наслідок, вплив на транспортні засоби, лінії зв'язку і банки даних, які ними використовуються, що майже повністю збігається з цілями, які переслідує тероризм;

•прихильники другого підходу, вважають, що кібертероризм – це різновид тероризму, в основу якого покладено спосіб здійснення терористичних дій, що виник у процесі розвитку інформаційно-телекомунікаційних технологій та впровадження їх у всі сфери сучасного суспільства.

У дослідників з проблем тероризму існує й інша точка зору щодо природи кібертероризму. Вони вважають, що кібертероризм проявляється у двох формах:

1) комп'ютерні економічні злочини, які вчиняються за допомогою спеціалістів-хакерів, зокрема:

•махінації та маніпулювання системами обробки даних (несанкціонований переказ грошей та їх використання);

•шпигунство (проникнення до конфіденційних каналів зв'язку державних органів для отримання інформації, шпигунство з метою отримання інформації щодо закритих технологій);

- диверсія (завдання шкоди технічному та програмному забезпеченню вірусами, що порушують функціонування державних органів та інших установ);

- незаконне користування комп'ютерними послугами (програмами, покупки за рахунок інших тощо);

2) розголошення таємниці – отримання комерційної та конфіденційної інформації (що нерозривно пов'язане з першим видом), зокрема:

- несанкціоноване отримання інформації для нецільового її використання особами, які не мають на це відповідного доступу;

- незаконний збір та переховування інформації;

- порушення правил користування конфіденційною інформацією.

Слід зауважити, що до комп'ютерного тероризму правоохоронці відносять і дії, пов'язані з розміщенням у глобальній мережі Інтернет інформації терористичного та екстремістського змісту через створення відповідних сайтів.

Що ж до чинного законодавства України, то поняття комп'ютерного тероризму не знайшло свого закріплення і роз'яснення в жодному нормативному акті. Згадування про комп'ютерний тероризм у законодавстві України є лише в статті 7 Закону України «Про основи національної безпеки України», у якій зазначено, що «однією з реальних і потенційних погроз національної безпеки України є комп'ютерна злочинність і комп'ютерний тероризм».

Основні ознаки кібертероризму відображені в такому понятті, як технологічний тероризм, закріпленому у статті 1 Закону України «Про боротьбу з тероризмом». Зазначена категорія містить злочини, вчинені з терористичною метою, у тому числі із застосуванням засобів електромагнітної дії, комп'ютерних систем і комунікаційних мереж, включаючи захоплення, виведення з ладу і руйнування потенційно небезпечних об'єктів, що прямо чи опосередковано створили або загрожують виникненням небезпеки, надзвичайної ситуації внаслідок цих дій і становлять загрозу для персоналу,

населення і оточуючого середовища; створюють умови для аварій та катастроф техногенного характеру.

Цілі здійснення кібертероризму збігаються з цілями і мотивами здійснення усіх відомих видів терористичних дій, а саме:

- порушення суспільної і державної безпеки;
- залякування населення;
- провокація військового конфлікту;
- ускладнення міжнародних відносин;
- вплив на прийняття рішень або здійснення (не здійснення) дій органами державної влади або органами місцевого самоврядування, посадовими особами цих органів, об'єднаннями громадян, юридичними особами;
- привернення уваги громадськості до визначених політичних, релігійних або інших поглядів.

Комп'ютерний тероризм (кібертероризм) передбачає інформаційні атаки на обчислювальні центри, центри управління воєнними мережами й медичними закладами, банківські та інші фінансові мережі, засоби передачі даних за допомогою комп'ютерних мереж. Він може здійснюватись з метою саботажу (урядових установ), заподіяння економічного збитку (великим виробничим корпораціям), дезорганізації праці з потенційною можливістю смертей. Інформаційна атака на комп'ютерну інформацію, обчислювальні системи, апаратуру передачі даних, інші складові інформаційної інфраструктури, що здійснюється терористичними угрупованнями або окремими особами, є основною формою кібертероризму. Така атака дає змогу проникати у систему, перехоплювати управління або пригнічувати засоби інформаційного обміну в мережі, чинити інші деструктивні впливи.

Засоби здійснення можуть бути різноманітними і містити усі види сучасної інформаційної зброї. При цьому за своєю результативністю інформаційна зброя порівнюється зі зброєю масового ураження. Поряд із такими засобами ураження інформаційних комп'ютерних систем, як комп'ютерні віруси, програмні закладні пристрої слід зазначити засоби пригнічення інформаційного

обміну в телекомунікаційних мережах, його фальсифікації, передачі каналами державного і недержавного управління інформації й засобів, що дають змогу впроваджувати програмні закладки у державні та корпоративні інформаційні системи й управляти ними на відстані. До таких засобів належить, наприклад, нейтралізатор тестових програм, що забезпечує неможливість виявлення природних і штучних недоліків програмних засобів спеціальними тестовими програмами.

Крім того, слід наголосити, що тактика і прийоми, які використовують при вчиненні даного злочину, відрізняються від тактики і прийомів вчинення класичних комп'ютерних злочинів тим, що комп'ютерний терористичний акт повинен мати небезпечні наслідки та стати широко відомим населенню й одержати великий суспільний резонанс.

Від комп'ютерних злочинів кібертероризм відрізняється, насамперед, своїми цілями, що властиві тероризму в цілому, дії завжди мають публічний характер і спрямовані на вплив відносно окремих осіб, суспільства чи влади, а від традиційного тероризму (політики залякуванням, подавлення супротивників здійсненням актів насильства) відрізняється засобами здійснення, а також своєю анонімністю та знеособленістю.

Напрями кібертероризму:

- здійснення несанкціонованого доступу до інформаційних ресурсів (шляхом використання програмно-апаратних засобів подолання систем захисту інформаційних і телекомунікаційних систем супротивника), що призводить до витоку, втрати, підробки, блокування інформації або до порушення встановленого порядку її маршрутизації;

- створення та використання шкідливих програмних чи технічних засобів, призначених для несанкціонованого втручання в роботу електронно-обчислювальних машин (комп'ютерів), автоматизованих систем, комп'ютерних мереж чи мереж електрозв'язку;

- здобуття необхідної інформації шляхом несанкціонованого втручання до інформаційних потоків, що передаються каналами зв'язку, чи баз даних, що

перебувають в електронно-обчислювальних машинах, автоматизованих системах, комп'ютерних мережах чи мережах електрозв'язку;

- пригнічення елементів інформаційної інфраструктури державного або приватного сектору економіки.

Загроза тероризму в Інтернеті виявилася більшою, ніж очікувалося, а функції кібертероризму неймовірно розширилися через тотальне поширення Інтернету. Кібертероризм є серйозною соціально-небезпечною загрозою для людства, у порівнянні, навіть, з ядерною, бактеріологічною і хімічною зброєю, причому ступінь цієї загрози через свою новизну, не до кінця ще усвідомлений і вивчений. Досвід світової спільноти у цій сфері свідчить про безперечну уразливість будь-якої держави, тим більше, що кібертероризм не має державних кордонів; кібертерорист здатний загрожувати інформаційним системам, розташованим у будь-якій точці земної кулі.

Стрімке зростання кількості злочинів, що здійснюються в кіберпросторі, пропорційно числу користувачів комп'ютерних мереж (за оцінками Інтерполу, темпи зростання злочинності в глобальній мережі Інтернет, є найшвидшими на планеті) ще раз підкреслює стан небезпеки з боку інформаційного тероризму. За твердженням фахівців контррозвідувальних управлінь, «терористи» за допомогою електронної пошти передають в зашифрованому вигляді інструкції, карти, схеми, паролі та іншу важливу інформацію, розголошення якої може зашкодити національній безпеці держави. У зв'язку з цим Генеральна Асамблея ООН прийняла ще в грудні 1998 р. Резолюцію з кіберзлочинності, що стосується кібертероризму та кібервійни. Резолюція закликає держави-члени інформувати Генерального секретаря ООН про свої погляди і оцінки щодо проблем інформаційної безпеки, визначення основних понять, пов'язаних з інформаційною безпекою і розвитком міжнародних принципів, що поліпшують глобальний інформаційний простір і телекомунікації і що допомагають боротися з інформаційним тероризмом і злочинністю.

**Кіберзлочинність.** Під *кіберзлочинністю* слід розуміти сукупність злочинів, що вчинюють у віртуальному просторі за допомогою комп'ютерних

систем або шляхом використання комп'ютерних мереж та інших засобів доступу до віртуального простору, в межах комп'ютерних мереж, а також проти комп'ютерних систем, комп'ютерних мереж і комп'ютерних даних.

Поняття «кіберзлочинність» часто вживається поряд з поняттями «комп'ютерна злочинність», «злочинність у сфері високих (інформаційних) технологій», «високотехнологічна злочинність». Кримінальний кодекс України оперує терміном «злочини у сфері використання електронно-обчислюваних машин (комп'ютерів), систем та комп'ютерних мереж і мереж електрозв'язку». Серед вищезазначених, поняття «кіберзлочинність» є найширшим поняттям та охоплює найбільше коло злочинних посягань у віртуальному середовищі, а також його використання передбачає міжнародне законодавство. Так, Рада Європи в листопаді 2001 р. прийняла Конвенцію про кіберзлочинність.

На сьогодні найбільш розповсюдженою є така *класифікація кіберзлочинів*:

1) агресивні: кібертероризм, погроза фізичної розправи (наприклад, передана через електронну пошту), кіберпереслідування, кіберсталкінг (протиправне сексуальне домагання та переслідування іншої особи через Інтернет), дитяча порнографія (створення порнографічних матеріалів, виготовлених із зображенням дітей, розповсюдження цих матеріалів, отримання доступу до них);

2) неагресивні: кіберкрадіжка, кібервандалізм, кібершахрайство, кібершпигунство, розповсюдження спаму та вірусних програм.

*Кіберзлочини* – це суспільно-небезпечні дії, які так чи інакше пов'язані з кіберпростором та комп'ютерною інформацією, що моделюється комп'ютерами.

Причини розвитку кіберзлочинності:

1) прибутковість, адже величезні суми грошей з'являються в кишенях злочинців у результаті окремих великих афер, не говорячи вже про невеликі суми, які йдуть просто потоком;

2) успіх справи не пов'язаний з більшим ризиком, бо у віртуальному світі злочинці не можуть бачити своїх жертв.

Такі злочини характеризуються: високою латентністю; складністю їх виявлення та розслідування; складністю доказу в суді подібних справ; транснаціональною складовою в основному з використанням інформаційної мережі Інтернет; високим збитком навіть від одиничного злочину<sup>191</sup>.

Найчастіше з використанням комп'ютера та Інтернету вчиняються такі традиційні злочини: порушення авторського права і суміжних прав; шахрайство; незаконні дії з документами на переказ, платіжними картками та іншими засобами доступу до банківських рахунків, обладнанням для їх виготовлення; ухилення від сплати податків, зборів (обов'язкових платежів); ввезення, виготовлення, збут і розповсюдження порнографічних предметів; незаконне збирання з метою використання або використання відомостей, що становлять комерційну або банківську таємницю; шахрайство з пластиковими картками; несправжні інтернет-аукціони; азартні ігри в он-лайн середовищі; викуп та реєстрація доменних імен (кіберсквоттинг); крадіжка послуг; створення вірусів; крадіжка інформації та особистих даних тощо.

### ***Питання для розгляду на семінарах:***

1. Підходи до тлумачення поняття «інформаційна безпека». Види ІБ.
2. Принципи та напрями забезпечення інформаційної безпеки.
3. Інформаційні загрози
4. Виникнення проблеми міжнародної інформаційної безпеки
5. Моделі міжнародної інформаційної безпеки
6. Концепція інформаційної війни. Форми інформаційної війни
7. Інформаційна зброя
8. Політика ООН у сфері міжнародної інформаційної безпеки
9. Інформаційна безпека в діяльності ЄС
10. Інформаційна безпека в діяльності НАТО

---

<sup>191</sup> Кавун С. В. Інформаційна безпека: навчальний посібник / С. В. Кавун, В. В. Носов, О. В. Манжай. – Харків: Вид. ХНЕУ, 2008. – 352 с.

11. Міжнародний інформаційний тероризм
12. Кіберзлочинність

***Завдання для лабораторних робіт:***

1. Визначте нові інформаційні загрози «медіа», «кібер» – і «психотероризм» на прикладі відносин РФ – Україна.
2. Проаналізуйте інформаційні впливи соціальних медіа.
3. Проаналізуйте сайт Європейського Союзу; з'ясуйте сильні та слабкі сторони.



## РОЗДІЛ 6

### ЗОВНІШНЬОПОЛІТИЧНІ КОМУНІКАЦІЇ

#### § 1. Зовнішньополітичні комунікативні технології

**Зовнішньополітичні комунікативні технології**<sup>192</sup> (ЗКТ) – це системний процес обміну інформаційними потоками на міжнародному рівні, призначений забезпечити формування та підтримання міжнародного політичного іміджу держави й просування її національних інтересів. ЗКТ є невід’ємним компонентом внутрішньої та зовнішньої політики й забезпечують: політичну систему міжнародних відносин, оперативне реагування на зміну ситуації, прогнозування розвитку подій на основі аналізу інформаційних масивів, адекватний вплив на небажані зміни.

Об’єктами впливу ЗКТ є: світові держави, міжнародні та регіональні організації, транснаціональні корпорації, лідери країн й особи, які приймають політичні рішення, політична та бізнес еліти країн світу, а також світова громадськість.

Зовнішньополітична інформація передається трьома основними способами:

- 1) через спеціалізовані установи й інші організації: зовнішньополітичні відомства, політичні партії й громадські рухи, неурядові організації й лобістські групи;
- 2) через засоби масової комунікації;
- 3) через неформальні контакти: неформальні комунікації у межах міжнародних організацій на двосторонньому рівні, на міжнародних форумах і зустрічах.

---

<sup>192</sup> Європейські комунікації: монографія. / Макаренко Є.А., Ожеван М.А., Рижков М.М. та ін. – К.: Центр вільної преси, 2006. – 536с.

Зовнішньополітичні комунікації пов'язані із міжнародною політикою держав, вони відтворюють систему зовнішніх зносин і враховують: зовнішньополітичні інтереси; політико-психологічну культуру лідерів держав; традиції і ціннісні орієнтації суспільства; нормативно-правову систему; культурну самобутність.

ЗПК реалізують у середовищі міжнародної комунікації, яка протікає у сфері міжнародних відносин, де у полі зору перебувають такі важливі питання як попередження, запобігання, вирішення конфліктів, мирні переговори та угоди, контроль за озброєнням, геополітичні та стратегічні проблеми, іноземна політика, економічний розвиток та його відношення до проблем безпеки, довкілля, міжнародна реакція на надзвичайні ситуації тощо.

Міжнародні комунікації володіють такими характеристиками<sup>193</sup>:

- протікають у ситуації умовно незалежного комунікативного ланцюга, де не існує всесвітнього уряду;
- комунікація відбувається між принципово різними структурами, між якими часто не співпадають коди та національні картини світу;
- піддаються більш жорсткому контролю, ніж внутрішні комунікації;
- досить часто протікають в агресивному середовищі, коли існує потреба розв'язання конфліктних ситуацій;
- навіть реалізуючись у непрямому виді, наприклад, через фільми, літературу, інші прояви масової культури, можуть виступати певним силовим центром.

Типологія зовнішньополітичних комунікативних технологій охоплює<sup>194</sup>:

а) дипломатію традиційну – інформаційно-аналітичну роботу територіальних і функціональних департаментів зовнішньополітичного відомства, дипломатичні заходи в країні перебування. Інформаційно-роз'яснювальна робота – система політичних, суспільних, інформаційних, культурологічних та організаційних заходів, спрямованих на поширення за

<sup>193</sup> Почепцов Г. Теория коммуникации / Г. Почепцов. – М. : «Рефл-бук», К.: «Ваклер», 2001. – С. 567.

<sup>194</sup> Європейські комунікації: монографія. / Макаренко Є.А., Ожеван М.А., Рижков М.М. та ін. – К.: Центр вільної преси, 2006. – 536с.

кордоном інформації про країну, її історію та культуру, основи та сучасний стан внутрішньої й міжнародної політики, місце і роль у світовому співтоваристві. Інформаційно-роз'яснювальна робота має два вектори спрямування: на внутрішній і зовнішній політикум, а саме уряди й державні структури зарубіжних країн, вітчизняні та зарубіжні громадські й політичні інституції, на засоби масової інформації, ділові кола, групи лобі тощо. Тенденції змін дипломатичної діяльності підтверджують актуальність і необхідність врахування політичної обстановки в країнах перебування, позиціонування зовнішньої політики в міжнародних інформаційних потоках, поінформованості зарубіжної громадськості про стратегічні пріоритети;

б) публічну дипломатію – міжнародну діяльність, спрямовану на публічне представництво інтересів держав або легітимних інституцій (урядових установ, громадських організацій та окремих індивідуумів) у міжнародних відносинах; на формування міжнародного комунікативного середовища з метою позитивного сприйняття і розуміння зовнішньої політики держави й протидії негативному позиціонуванню. Основними інструментами публічної дипломатії є засоби масової комунікації, науково-просвітницькі, культурні, спортивні організації та міжнародні обміни; громадські організації; неформальні контакти;

в) медіа-дипломатію – утвердження і проведення зовнішньої політики держави шляхом використання засобів масової комунікації, а також використання можливостей різноманітних мас-медіа для впливу на зарубіжну громадську думку. Медіа-дипломатія сприяє утвердженню і проведенню зовнішньої політики держави шляхом використання засобів масової комунікації для впливу на зарубіжну громадську думку;

г) віртуальну (мережеву) дипломатію – комунікативні технології, які асоціюються з появою глобальних інформаційно-комунікаційних мереж. Мережева (віртуальна) дипломатія передбачає використання глобальних інформаційних мереж у проведенні державами світу своєї зовнішньої політики в інформаційну добу;

д) дипломатію іміджеву – зовнішньополітичну діяльність, спрямовану на створення за допомогою PR-технологій та засобів масової комунікації іміджу національних інтересів та роз'яснення мети і основних завдань зовнішньої політики країни, а також формування бажаної світової громадської думки. Позитивний імідж формується, якщо країна переконливо демонструє прогрес у своєму розвитку, виступає ініціатором широкомасштабних міжнародних заходів, організатором міжнародних форумів, які набувають значної підтримки і розголосу в світі, відіграє провідну роль у врегулюванні резонансних конфліктів та проведенні миротворчих операцій;

е) культурну дипломатію – інструмент зовнішньої політики держав, який використовується для просування на зовнішніх «ринках» національної культури, обстоювання національно-культурної ідентичності та захисту національних інтересів на міжнародній арені. Дипломатія культурна спрямована на використання культури та культурних норм у контексті зовнішньополітичних дій та ситуацій; свідому постановку політиками та дипломатами культурних завдань та цілей, коли культура виступає не засобом, а вищим змістом зовнішньої політики.

## **§ 2. Інформаційна діяльність зовнішньополітичних відомств**

Зовнішньополітичні відомства застосовують різні стратегії інформаційно-аналітичного забезпечення зовнішньополітичних інтересів для виконання своїх політичних завдань. Інформаційно-аналітичне забезпечення зовнішньої політики здійснюють функціональні відділи міністерства закордонних справ: управління політичного планування й стратегії зовнішньої політики та управління інформації МЗС. Ці відділи розробляють, моделюють і рекомендують стратегії зовнішньої політики, забезпечують аналіз зовнішньополітичної ситуації і подають прогнози щодо перспектив просування національних інтересів у міжнародних відносинах. В інформаційно-аналітичній діяльності виділяють два рівні: 1) інформаційний, який полягає в пошуку,

збиранні, збереженні та розповсюдженні інформації, та 2) аналітичний, на якому систематизується, класифікується та аналізується інформація, узагальнюються висновки і виробляються рекомендації та прогнози.

Інформаційна діяльність зовнішньополітичних відомств базується на відкритих джерелах інформації, здійснюється через моніторинг друкованих засобів масової інформації, телебачення, радіо, електронних видань, дослідження громадської думки, аналіз звернень та листів; передбачає пошук, збирання й аналіз інформації за такими напрямками:

1) інформація загального характеру (політична, економічна, військова тощо) про суб'єктів міжнародних відносин, яка слугує основою для вироблення прогнозів на тривалий період і прийняття зовнішньополітичних рішень;

2) спеціальна інформація про конкретні галузі міжнародного співробітництва та стан внутрішньої політики, яка є частиною загального стратегічного планування і водночас об'єктом професійного спеціалізованого дослідження;

3) персональна інформація.

У сфері медіа дипломатична служба виконує два головних завдання<sup>195</sup>:

1) збір і обробка інформації в інтересах проведення державою зовнішньополітичного курсу, забезпечення своїй країні гідного місця на міжнародній арені; 2) забезпечення інформаційної підтримки зовнішньої політики своєї держави як усередині країни, так і за кордоном.

Зовнішньополітичні відомства готують дипломатичні документи внутрішньовідомчого листування й документи дипломатичного листування<sup>196</sup>:

1) документи внутрішньовідомчого листування – це документи, що стосуються зв'язку закордонних дипломатичних представництв з Центром і включають в себе листування з МЗС та іншими державними, рідше з

---

<sup>195</sup> Європейські комунікації: монографія. / Макаренко Є.А., Ожеван М.А., Рижков М.М. та ін. – К.: Центр вільної преси, 2006. – 536с.

<sup>196</sup> Основні документи дипломатичного представництва [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.info-library.com.ua/books-text-4341.html>

недержавними, структурами по конкретних проблемах відносин з країною перебування або багатосторонніх міжнародних відносин.

До документи внутрішньовідомчого листування відносять:

- службову записку – це форма службового документа, яким дипломат інформує керівництво дипломатичної установи про події та факти, які мали місце або відбудуться в найближчому майбутньому і матимуть безпосередній чи опосередкований вплив на діяльність закордонної установи і вносить відповідні пропозиції;

- доповідну записку – службовий документ, у якому дипломат інформує про виконану роботу чи про ситуацію, що склалася у зв'язку з виконанням дорученого завдання.

Документи дипломатичного представництва для внутрішніх потреб, а також для відправки в Центр поділяють на такі групи: інформаційно-довідкові матеріали; звітна документація; листування з консульських питань; листування з приводу планування роботи та кадрових питань; листування з адміністративно-господарських та фінансових питань; листування з МЗС та іншими відомствами і установами України стосовно запитів цих установ та окремих громадян:

- інформаційна довідка про країну перебування містить стислу характеристику її політики, економіки, культури, державного устрою, преси, партій, інформацію про її геополітичне становище, короткі відомості з історії тощо. У довідці подають інформацію з проблем внутрішньополітичної ситуації: характеризують правлячі партії, угруповання, коаліції; вказують на стосунки між гілками влади (законодавчою, виконавчою, судовою); визначають гострі питання поточного моменту, як політичного, так і економічного плану, місце держави в зовнішньополітичній стратегії країни перебування тощо. Розширена довідка (до 20 сторінок) має внутрівідомчий характер і як документ для службового користування стосується обмеженого кола користувачів.

Для широкого використання готують загальну довідку (до 5 сторінок), де пропонують лише схематичні відомості, без розкриття специфічних, гострих

проблем і оцінок. Ці довідки повинні постійно оновлюватися найновішими, найактивнішими матеріалами. Довідки, як правило, складають на окремих листах, щоб їх можна було оперативно замінити, не переробляючи всього документа;

- довідка щодо стану двосторонніх відносин, яка включає розділи про:
  - умови й цілі розвитку двосторонніх відносин;
  - хронологію контактів між керівниками держав (президентами, головами парламентів, прем'єр-міністрами, міністрами закордонних справ);
  - стан договірно-правової бази (документів існуючих і тих, що готуються до підписання);
  - стан торговельно-економічного і науково-технічного співробітництва, діяльність міжурядових комісій, змішаних консультативних та робочих груп і т. ін.;
  - стан співробітництва в гуманітарній сфері (наука, освіта, культура, охорона здоров'я), а також проблеми національних меншин, специфіку релігійного життя.

Матеріали цієї довідки можуть містити специфічні відомості, що стосуються регіонального співробітництва, проблем стосунків, включаючи історичний аспект. Ця довідка є оперативним документом і повинна постійно оновлюватися з урахуванням конкретної ситуації;

- біографічні довідки про політичних і державних діячів країни перебування містять, як правило, хронологічні дані щодо основних подій в їх житті, службовій кар'єрі, участі у виборних органах; інформація про вчений ступінь, сімейний стан, володіння мовами, про особисті уподобання та хобі.

Усталених правил підготовки довідково-інформаційних матеріалів не існує, але для них характерна одна вимога – чіткість, ясність і послідовність викладу, висвітлення всіх найважливіших аспектів проблеми і, що найголовніше, об'єктивність. У довідці повинні бути викладеними причини виникнення питання, логічний розвиток його вирішення до моменту завершення, з урахуванням часу підготовки документа. Для роботи з

матеріалами такого роду використовується як офіційна, так і неофіційна документація країни перебування, матеріали бесід, стенограми виступів державних і політичних діячів, парламентські протоколи, документація громадських організацій і політичних партій. Можуть також використовуватись наукові праці, монографії, дисертації, картографічні матеріали та ін.;

- при підготовці довідкових матеріалів бажано посилатися на джерела інформації, особливо у тих питаннях, які мають якусь особливу вагу. Одним із найважливіших джерел інформації є спілкування з впливовими людьми країни перебування, а також акредитованими в ній дипломатами. Саме у процесі бесід можна з'ясувати найцікавіші і найтонші питання внутрішньої і зовнішньої політики країни перебування, які торкаються інтересів держави; викласти позицію (оцінку) щодо них. До кожної подібної бесіди необхідно ретельно готуватися, вивіряючи питання, які цікавлять, ознайомитися з попередніми матеріалами, накреслити план. Бесіда, як правило, ведеться спокійним тоном, без поспішних висновків, уникаючи особистих емоцій і надокучливості у процесі отримання бажаної інформації. Якість підготовки і проведення бесіди, а також її належне занотування свідчить про професійний рівень дипломата;

- огляди преси, що готуються прес-аташе, є трьох видів:

• оперативний, в якому дається інформація про всі виступи місцевих ЗМІ щодо України, її внутрішньої і зовнішньої політики, відображають ставлення до керівництва держави;

• тематичний, який направляється для використання в територіальних управліннях і висвітлює певну тему публікацій і передач місцевих ЗМІ у певному часовому відрізку;

• «країна на сторінках і в передачах ЗМІ» – інформаційно-аналітична довідка узагальнювального плану (готується, як правило, не менше двох разів на рік).

Огляди преси повинні бути максимально стислими і відображати найголовніше, що стосується внутрішньої і зовнішньої політики або подій, до яких у даний момент привернута увага міжнародної громадськості. Особливо



важливі і цікаві публікації доцільно перекладати повністю і надсилати за призначенням як до управління інформації, так і до відповідного функціонального або територіального управління;

- хроніка подій, до якої, як правило, включають найважливіші події, а також візити, переговори, конференції і симпозіуми; перераховують основні питання, які на них вирішувались або розглядались. Хроніка, подібно до інших дипломатичних документів, має бути стислою і чіткою;

- інші інформаційно-довідкові матеріали: анотації окремих книг, брошур, переклади статей, записи текстів цікавих теле- або радіопередач, огляди парламентських дебатів, статистичні дані, які можуть містити актуальні інформаційні матеріали про зовнішню і внутрішню політику країни перебування, її державних, політичних і громадських діячів, про інші події, що так чи інакше мають відношення до країни, впливають на її імідж або відносини з нею;

2) зовнішня документація дипломатичного представництва<sup>197</sup>:

- річний політичний звіт – основний документ про роботу за річний термін. Річний звіт готують упродовж кількох останніх місяців поточного року з метою поглибленого аналізу та осмислення діяльності диппредставництва за звітний період. Річні звіти глибоко аналізуються у відповідних підрозділах МЗС, виходячи з них можуть готуватися висновки і пропозиції для керівнику держави, парламенту та уряду, міністерств і відомств. В регіональних управліннях готуються висновки по звітах, які за підписом заступника міністра, що є куратором даного управління, направляють у диппредставництва для обов'язкового обговорення на референтських нарадах. У цих висновках дають оцінку оперативної і довідково-інформаційної роботи представництва; роблять відповідні зауваження по конкретному розділу звіту і уточнюють конкретні цілі й завдання для персоналу представництва на майбутній рік з урахуванням внесених висновків і пропозицій, а також думки Центру;

---

<sup>197</sup> Основні документи дипломатичного представництва [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.info-library.com.ua/books-text-4341.html>

- піврічний звіт складають за аналогічною схемою: оцінюють найважливіші політичні й економічні події за звітний період, їх вплив на стан двосторонніх відносин. У піврічному звіті не подають матеріали про фінансово-господарську діяльність, про роботу з кадрами. В піврічних звітах пропозиції носять переважно оперативний характер з урахуванням реальної ситуації поточного періоду. Як і річний, піврічний звіт також є результатом колективної діяльності, але більш прикладного характеру;

- політичні листи, чи політичні записки готують за потреби доповісти Центру про важливі події, які сталися в країні перебування і мали вплив на стан політичної ситуації в ній, а також двосторонніх відносин. В політичному листі є можливість глибоко і всебічно проаналізувати одну чи дві важливі проблеми, тому вони є суттєвим і логічним доповненням річних і піврічних звітів, а інколи можуть і замінити піврічні звіти;

- звіти дипломатів про поїздки по країні перебування, в яких викладають зміст бесід і характер зустрічей, дають оцінку політичної і економічної ситуації в регіонах, роблять висновки і вносять пропозиції. Ці документи використовуються для підготовки інформаційно-довідкових матеріалів, річних і піврічних планів. Окремі звіти складаються представниками інших відомств (МВС, Держмитслужба, Міноборони), які представлені в посольстві, і ці матеріали також використовуються при складанні звітів про роботу посольства в цілому;

- звіти за підсумками візитів глави держави (глави уряду, міністра закордонних справ), в яких стисло відображають результати візиту, відпрацьовують рекомендації розвитку двосторонніх відносин, вносять пропозиції щодо конкретної і практичної реалізації досягнутих домовленостей.

Звіт за підсумками візиту складається, як правило, з трьох основних частин:

- оцінка вибраної дати і терміну візиту, хронологія зустрічей, загальна оцінка візиту, виходячи з реалізації його концепції;

- ґрунтовний аналіз виконання кожного з розділів візиту: ділової частини, інформаційного та протокольного забезпечення, організаційних заходів;

- висновки і пропозиції щодо активізації двосторонніх відносин і підвищення їх ефективності.

Досить обсяговим в роботі кожного посольства є листування з консульських питань: візової підтримки, громадянства, витребування і легалізації документів громадянського стану, захисту прав громадян тощо. Диппредставництва ведуть листування з Центром щодо перспективного і поточного планування роботи у розрізі тісної її координації з планами Центру в кадрових питаннях, особливо, що стосується ротації, штатного розпису тощо. Окремо слід виділити листування між дипломатичним представництвом і Центром з питань адміністративно-господарської та фінансової діяльності (фінансова звітність, проблеми матеріально-технічного забезпечення, нормативні документи). Багато уваги кожне представництво приділяє листуванню з іншими відомствами й установами стосовно їх запитів, а також запитів окремих громадян, що стосуються економічних і правових проблем, а також конкретних життєвих потреб громадян.

Окремо виділяють документи зовнішньо-дипломатичного листування, які займають особливе місце в дипломатичній діяльності і стосуються контактів МЗС та його структур з представництвами іноземних держав.

До документів зовнішньо-дипломатичного листування належать:

- особиста нота, яка надсилається з питань надзвичайно важливого та принципового значення і містить в собі інформацію про подію особливої політичної ваги (наприклад, зміну державного устрою, оформлення домовленості з того чи іншого важливого питання двосторонніх відносин тощо). Посол чи посланник, що вручив вірчі грамоти главі держави перебування, інформує про це своїх колег по дипломатичному корпусу також особистою нотою. Особиста нота використовується для інформування про тимчасовий чи остаточний від'їзд глави дипломатичного представництва з

країни, для представлення тимчасового повіреного у справах, направляється у відповідь на отриману особисту ноту.

Особиста нота складається у формі листа, у першій особі від імені того, хто її підписує. Вона друкується на нотному бланку з державним гербом і підписом під ним «Міністерство закордонних справ України» або «Посольство України в (назва країни )»;

- вербальні ноти, за допомогою яких міністерства закордонних справ і посольства ведуть між собою офіційний діалог. В них викладають найрізноманітніші проблеми політичного, економічного, науково-технічного, гуманітарного характеру. Вербальними нотами здійснюють запити про візи, повідомляють про дорожньо-транспортні пригоди за участю співробітників посольств, надають інформацію представницького (протокольного) характеру (про організацію поїздки дипломатів по країні, про запрошення дипломатів на найрізноманітніші заходи тощо).

Вербальні ноти служать для оформлення домовленостей щодо зняття найрізноманітніших проблем двосторонніх відносин. Текст вербальних нот складається від третьої особи, друкується на нотному бланку, має вихідний номер і дату відправки; після тексту ноти ставиться печатка МЗС або дипломатичного представництва, нота не підписується;

- пам'ятна записка – дипломатичний документ, що передається особисто і мета якого – звернути увагу та підкреслити важливість зробленої упродовж бесіди заяви або переданого прохання; полегшити подальший розгляд питання, попередити можливість неправильного тлумачення чи розуміння бесіди або усної заяви;

- меморандум – це документ, в якому розглядають конкретне питання, аналізують його окремі найважливіші аспекти, викладають аргументацію на захист своєї позиції. Меморандум може бути додатком до особистої чи вербальної ноти або самостійним документом, що передається особисто чи надсилається кур'єром;

- приватний лист напівофіційного характеру адресується знайомим офіційним особам і пов'язаний з якоюсь особистою послугою або стосується питань, які є предметом офіційних переговорів або листування. Цим автор листа підкреслює свою особисту зацікавленість у вирішенні того чи іншого питання за допомогою особи, якій адресують лист;

- комюніке – це офіційне повідомлення про результати переговорів, яке може бути у вигляді повідомлення чи більш широким з викладенням змісту переговорів чи досягнутих угод та їх публікацією. Комюніке відрізняється тим, що це документ двосторонніх або багатосторонніх переговорів і він також в обов'язковому порядку узгоджується сторонами і за своїм характером відноситься до міжнародно-правових документів.

**Інформаційне забезпечення візитів**<sup>198</sup> – діяльність дипломатичних установ, що передбачає підготовку матеріалів для офіційної делегації з метою дотримання при всіх офіційних контактах єдиної офіційної позиції держави, уникнення двозначностей чи розбіжностей, а також обізнаності у сучасному стані двосторонніх відносин та прямо чи непрямо пов'язаних з ними питань. До інформаційних ресурсів забезпечення візиту відносять орієнтовні програми візиту та протокольних заходів, інформацію про склад офіційної делегації, порядок денний переговорів офіційних осіб, біографічні довідки про членів офіційної делегації, матеріали для офіційних виступів упродовж протокольних заходів, матеріали для ЗМК, довідкові (аналітичні й інформаційно-аналітичні) матеріали про політичні, економічні культурні, військові та інші відносини між державами, а також різнопланові матеріали країнознавчого характеру.

Одним з головних завдань інформаційного забезпечення візиту є вироблення його Концепції, яку умовно поділяють на такі розділи:

- у преамбулі йдеться про пріоритети зовнішньополітичної та економічної стратегії й тактики держави, про збалансований розвиток її зв'язків з країною візиту; аналізують радикальні зміни в системі міжнародних відносин, які

---

<sup>198</sup> Міжнародна інформація: терміни і коментарі. Навчальний посібник / Макаренко Є. А., Рижков М. М., Кучмії О. П., Фролова О. М. – Вид. 2-ге, доповн. та переробл. – К.: Центр вільної преси, 2016. – С. 415-419.

позначаються на міждержавній взаємодії; підкреслюють можливість активної динаміки зовнішніх зносин; визначають тенденції, які можуть бути корисними для забезпечення національних інтересів;

- у першому розділі докладно аналізують стан і перспективи політичного й економічного розвитку країни, до якої здійснюють візит; розглядають зовнішньоекономічні стратегії, можливості інвестицій та науково-технічного співробітництва; коментують політичну вагу країни на міжнародній арені та її місце в міжнародних організаціях;

- у наступному розділі висвітлюють питання двосторонніх відносин і зовнішньої політики з погляду стратегічного партнерства щодо проблем забезпечення миру і стабільності, торгівельної динаміки, реалізації міждержавних програм та поглибленої інтеграції промислових галузей;

- перераховують цілі, які мають бути досягнуті упродовж візиту: встановити особисті контакти з керівництвом держави, роз'яснити основні засади внутрішньої й зовнішньої політики, висвітлити принципові позиції зовнішньополітичного курсу, отримати об'єктивну інформацію про процеси в країні візиту й перспективи їх розвитку, розширити договірно-правову базу відносин, забезпечити політичну підтримку стороною, до якої здійснюють візит, національних інтересів з метою зміцнення політичної й економічної присутності в країні тощо.

Інформаційне забезпечення візитів може виконуватися такими шляхами:

#### **До початку візитів**

1. Публікації матеріалів щодо візиту в ЗМІ міжнародного розповсюдження (в Україні таким ЗМІ, наприклад, є «Ukrainian Business Journal»).

2. Виступи посадових осіб цієї країни перед журналістами різних країн на прес-конференціях, брифінгах, присвячених майбутньому візиту.

3. Інтерв'ю щодо підготовки візиту насамперед засобам масової інформації країни перебування.

4. Підготовка інформаційних аудіо- та відеоматеріалів про конкретну країну та їх трансляція напередодні або / та під час візиту на одному з центральних каналів ТБ.

5. Підготовка консультацій та зустрічей з недержавними структурами країни перебування.

#### **Упродовж візиту**

1. Прес-конференції за участю посадових осіб цієї країни або їхніх прес-секретарів.

2. Особисті зустрічі з представниками громадськості цієї країни.

3. Інтерв'ю засобам масової інформації чи виступи на радіо та телебаченні посадової особи, що відвідує країну, або членів делегації.

4. Зустрічі членів офіційної делегації з партнерами.

#### **Після закінчення візиту**

1. Вивчення реакції місцевих ЗМІ на результати офіційного візиту.

2. Підготовка звіту про основні підсумки візиту, інформації про зустрічі членів офіційної делегації з їхніми партнерами у країні перебування.

3. Підготовка аналітичної довідки про візит.

### **§ 3. Публічна дипломатія**

В основі публічної, медіа-, віртуальної, культурної, іміджевої дипломатії – «м'яка сила», яка вважається одним із найперспективніших напрямів зовнішньої політики. Дж. Най тлумачить «м'яку силу»<sup>199</sup> як спроможність отримати бажане через привабливість, а не через примус чи оплату; це – моральний авторитет наукових, технічних, спортивних досягнень, творів високого мистецтва, привабливість гуманістичної ідеології, ефективної економічної політики, раціональної адміністративної системи, спокуса масової культури, симпатія до національної культури, звичаїв і моделей поведінки.

<sup>199</sup> Міжнародна інформація: терміни і коментарі. Навчальний посібник / Макаренко Є. А., Рижков М. М., Кучмії О. П., Фролова О. М. – Вид. 2-ге, доповн. та переробл. – К.: Центр вільної преси, 2016. – С. 293-294.

«М'яка сила» сприяє гарантуванню національних інтересів, бо встановлення дружніх стосунків і взаєморозуміння посилює безпеку держави й зміцнює мирне співіснування; поглибленню дипломатичних відносин, обміну знаннями й досвідом; посиленню інституцій і громадянського суспільства, стимулюванню економічного процвітання<sup>200</sup>.

Класичним визначенням і концепцією «публічної дипломатії», характеристикою цього тренду, прийнято вважати презентовану свого часу деканом Школи права і дипломатії імені А. Б. Флетчера Університету Тафтса Е. Гулліоном (Джулліоном) при формуванні Центру публічної дипломатії імені Е. Р. Мерроу в 1965 р. Упродовж своєї наукової діяльності Е. Гулліон давав кілька визначень цього терміну:

- «...процес встановлення зв'язку між державою та іноземною громадськістю з метою пояснення національних ідей та ідеалів, державних інституцій, культури, а також національних інтересів і політичних спрямувань»;

- «...пошук шляхів просування національних інтересів <...> шляхом порозуміння, інформування та впливу на іноземну аудиторію, розширення діалогу між громадянами та інституціями і їх представництвами за кордоном»;

- «...залучення іноземних аудиторій і лідерів думок через інформаційні програми й програми обмінів до процесу просування національних інтересів та стратегічних напрямів»;

- «...інформування, залучення та вплив на основну міжнародну громадськість з метою просування національних інтересів та впровадження моральної основи для світового лідерства»;

- «...державні програми для інформування та впливу на громадську думку в інших країнах, використовуючи при цьому публікації, фільми, культурні

---

<sup>200</sup> Інноваційна дипломатія XXI століття: колективна монографія / Макаренко С. А., Рижков М. М., Ожеван М. А. та ін. – К.: Центр вільної преси, 2012. – 408 с.



обміни, радіо, телебачення як основні інструменти просування інформації та ідей»<sup>201</sup>.

За визначенням американських аналітиків, публічна дипломатія це урядова діяльність, яка спрямована на просування національних інтересів та національної безпеки через розуміння, інформування і здійснення впливу на зарубіжні аудиторії, а також розширення діалогу з іншими націями. Інформування та розуміння означає поширення інформації про внутрішню та зовнішню політику країни через усі можливі канали комунікації, враховуючи особливості сприйняття та культури цільової аудиторії. Основним принципом є націленість на реципієнта: важливим є не те, що сказано, а як це сприйнято аудиторією.

У рамках публічної дипломатії поєднується інформаційна та культурно-освітня діяльність. З одного боку, це – інформаційне забезпечення політики країни, а з іншого – формування розуміння й сприятливого ставлення до країни, її ідей та цінностей іншими націями за допомогою освітніх та культурних програм.

В «Українській дипломатичній енциклопедії» публічну дипломатію визначають так: це міжнародна діяльність, спрямована на публічне представництво інтересів держав або легітимних інституцій (урядових установ, недержавних громад, організацій та окремих індивідів) у міжнародних відносинах. Публічна дипломатія також визначається як діяльність офіційних урядових установ, спрямована на формування міжнародного комунікативного середовища з метою позитивного сприйняття й розуміння зовнішньої політики держави та протидії негативному позиціонуванню<sup>202</sup>.

Використовуючи інформаційно-комунікативні можливості публічної дипломатії, керівництво держави може досягти таких цілей, як; підвищення обізнаності про країну; формування позитивного сприйняття країни іншими

---

<sup>201</sup> Руднева В. Публічна дипломатія: теоретичні основи застосування нової інформаційно-комунікаційної технології в державному управлінні / В. Руднева [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://visnyk.academy.gov.ua/wp-content/uploads/2013/11/2012-1-18.pdf>

<sup>202</sup> Українська дипломатична енциклопедія : у 2 Т. – К.: Знання України, 2004. – Т. 2. – 797 с.

акторами міжнародних відносин; вплив на поведінку громадськості (залучення інвестицій, здобуття громадської підтримки для позиції держави, переконання політиків сприймати країну як союзника тощо). Основними інструментами публічної дипломатії є засоби масової комунікації, міжнародні та національні неурядові організації, міжнародні неформальні контакти й обміни.

Для досягнення цілей публічна дипломатія має охоплювати три виміри:

1. Комунікація зі щоденних проблем, тобто пояснення внутрішньо- та зовнішньополітичних дій і рішень уряду; підготовка до боротьби з кризами.

2. Стратегічна комунікація, яка за своєю сутністю нагадує політичну кампанію: поширення сукупності тематичних повідомлень і планування серії символічних подій з їх подальшою візуалізацією для посилення ефекту.

3. Розвиток тривалих взаємовідносин на індивідуальному рівні з політиками, журналістами, вченими, бізнесменами та іншими лідерами думки через програми обміну, організацію семінарів, конференцій та забезпечення доступу до іншомовних мас-медіа

Публічну дипломатію нерідко пов'язують із пропагандою. Спільним є те, що і публічна дипломатія, і пропагандистські кампанії спираються на технології переконання. Однак у пропагандистських стратегіях, як правило, використовують різні прийоми введення в оману, приховування важливої інформації від громадськості, поширення страху перед «ворогом», а також залякування та ідеологічну обробку для впливу на поведінку громадськості. Публічна дипломатія ґрунтується на принципі чесності і правдивості поширюваних відомостей.

На практиці ці відмінності є досить розмитими, оскільки для досягнення зовнішньополітичних цілей держави нерідко вдаються до пропагандистських прийомів формування громадської думки. З огляду на це співробітники американського провідного аналітичного центру RAND вважають, що для розкриття основних характеристик публічної дипломатії її доцільніше порівнювати з традиційною дипломатією: 1) публічна дипломатія є відкритою, прозорою для широкого кола громадськості, у той час як розголошення

інформації про «офіційну» дипломатичну діяльність є дуже обмеженим; 2) у рамках публічної дипломатії комунікації здійснюються за схемою «уряди – громадськість»; традиційна ж дипломатія передбачає взаємодію лише на рівні урядів країн; 3) в офіційній дипломатії основну увагу приділяють поведінці і політиці урядів, у випадку публічної дипломатії першорядне значення надають ставленню і поведінці громадськості. Залежно від ступеня впливу настроїв громадськості на урядові стратегії публічна дипломатія може здійснювати опосередкований вплив через населення на політику урядів.

Американський фахівець із питань публічної дипломатії К. Росе визначив сім «стовпів» публічної дипломатії<sup>203</sup>:

- захист політичного курсу, тобто здобуття розуміння з боку закордонної громадськості;

- контекст – пошук і створення сфер взаємних інтересів, спільної основи. Поширюючи фундаментальні цінності держави, важливо враховувати специфіку зарубіжних аудиторій і долати існуючі стереотипи, акцентуючи увагу на спільних рисах;

- поширення послідовних правдивих повідомлень, які викликають довіру;

- адаптація повідомлень для конкретних аудиторій. Реалізація цієї мети ґрунтується на дослідженні громадської думки та розумінні інших культур;

- національні і транснаціональні ЗМІ;

- союзи і партнерства з глобальними корпораціями, гуманітарними організаціями, національними спільнотами за кордоном тощо;

- підтримка діалогу та здійснення освітніх і культурних обмінів для встановлення довіри й взаєморозуміння.

---

<sup>203</sup> Ціватий В. Публічна дипломатія: традиції, тренди, виклики для України / В. Ціватий [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://uaforeignaffairs.com/ua/ekspertna-dumka/view/article/publicna-diplomatija-tradiciji-trendi-ta-vikliki-dosv/>

## § 4. Віртуальна дипломатія

Сучасні інтернет-технології здійснюють суттєвий вплив на дипломатичну практику. Саме явище одержало різні назви — «мережева дипломатія» (англ. network diplomacy або netdiplomacy), «електронна дипломатія» (англ. electronic diplomacy або e-diplomacy), «кібердипломатія» (англ. cyber diplomacy), «цифрова дипломатія» (англ. digital diplomacy), «дипломатія 2.0» (і навіть 3.0) тощо.

У найширшому розумінні, термін «**віртуальна дипломатія**»<sup>204</sup> означає зміни у дипломатичній практиці, пов'язані з появою мережевого світу. У найвужчому розумінні, термін позначає процеси прийняття рішень, координації, комунікації, і практики міжнародних відносин, які проводять за допомогою інформаційних і комунікаційних технологій.

Дипломатичні установи активно використовують мережеві можливості цифрової дипломатії через спілкування з внутрішньою та зовнішньою аудиторією в режимі он-лайн для формування відчуття причетності громадянина до зовнішньополітичних кроків держави. Через створення власних профілів у різноманітних соціальних мережах зовнішньополітичне відомство та дипломатичні місії «розповідають» про свою діяльність, формують ставлення до зовнішньої політики держави, здійснюють вплив на свідомість цільових груп, також соціальні мережі сприяють обміну інформацією між громадськістю та державними установами.

У структурі зовнішньої політики й представництва національних інтересів на міжнародній арені віртуальна дипломатія виконує такі завдання:

1. Забезпечення переваг для країни на міжнародному рівні, що передбачає:

---

<sup>204</sup> Макаренко Є. А. Віртуальна дипломатія: підручник / Є. А. Макаренко, Н. О. Піпченко. – К.: Центр вільної преси, 2010. – 302 с.

- створення атмосфери довіри: держави розглядають поширення інформації й культурних цінностей у світовому співтоваристві як засіб просування національних інтересів;

- робота з цільовими групами: дипломатична діяльність повинна бути спрямована на завоювання прихильного ставлення світової громадськості до позиції держави, що сприяє розширенню міжособистісних зв'язків між громадянами різних країн, створенню позитивного сприйняття урядових політичних рішень, зміні ставлення до політичних проблем;

- забезпечення політичних цілей засобами «м'якої дипломатії», тобто просування національних інтересів через просвітництво, інформування та вплив на зовнішню аудиторію.

2. Забезпечення безпеки та сприяння побудові ідеологічно дружнього світу:

- використання інструментів віртуальної дипломатії дає змогу ефективно попереджати кризові ситуації, вирішувати суспільні проблеми, зміцнювати довіру до країни, створювати альянси для подолання антагонізму та просування національних інтересів на міжнародній арені;

- віртуальну дипломатію можуть використовувати для захисту власних економічних інтересів, тобто для створення сприятливої економічної інфраструктури через вплив на політичних й економічних лідерів при прийнятті ними рішень про норми та методи врегулювання внутрішнього чи світового економічного простору;

- поширення ідеологічного впливу через пропаганду політичної культури та національної ідентичності суспільства<sup>205</sup>.

Сфери використання Інтернету у дипломатичній практиці:

- створення т.зв. «віртуальних» дипломатичних представництв – спеціальних веб-сайтів, на які покладаються насамперед функції інформування та встановлення контактів з цільовою аудиторією певної країни чи регіону, в

---

<sup>205</sup> Макаренко С. А. Віртуальна дипломатія: підручник / С. А. Макаренко, Н. О. Піпченко. – К.: Центр вільної преси, 2010. – 302 с.

яких недоцільно або неможливо створити реальні дипломатичні представництва. У рамках реалізації ідеї віртуальної дипломатії, яку в останні роки активно розвиває Державний департамент США, створюються т.зв. віртуальні представництва (англ. Virtual Presence Post, VPP) для країн та регіонів, в яких недоцільно або неможливо створити реальні дипломатичні представництва. Як і сайти, що представляють «реальні» дипломатичні представництва, віртуальні представництва надають відомості, орієнтовані на населення даної країни (регіону), та інформацію про країну (регіон), орієнтовану на громадян США (за такими напрямками, як: туризм, ведення бізнесу, освіта тощо);

- використання відомими політиками, дипломатами соціальних медіа для прямого донесення до аудиторії своїх думок, позиції з тих чи інших питань. Найбільш популярним інструментом для таких комунікацій з аудиторією став сервіс мікроблогінгу Twitter. Популярність цього сервісу породила специфічне поняття — Twitter-дипломатія, або «твіпломатія» (англ. Twiplomacy). Twitter усуває комунікаційний розрив між нами та світовими лідерами. З одного боку, він дає змогу главам держав і урядів транслювати свою повсякденну діяльність та урядові новини до постійно зростаючої аудиторії. З іншого боку, він надає громадянам безпосередній доступ до їхніх лідерів. Використання політиками іншого соціального медіа з подібними цілями – Facebook – дало поштовх до появи ще одного поняття «Facebook -дипломатія»;

- соціальні медіа впливають на зовнішньополітичну діяльність завдяки безпрецедентним можливостям для зворотного зв'язку. Через коментарі до матеріалів, опублікованих на веб-сайтах диппредставництв, зовнішньополітичних відомств, до постів на сторінках цих установ у соціальних мережах тощо, а також через власні веб-сайти, блоги і т.д. всі бажаючі можуть висловлювати свої думки й позиції. Такі коментарі можуть бути неоціненним джерелом інформації про ставлення громадськості (як своєї, так й іноземної) до акцій держави закордоном, до представників держави (високопосадовців, дипломатів) тощо;

- перенесення в Інтернет певних функцій дипломатичних представництв. Основною формою його реалізації в дипломатичній практиці, окрім публікацій матеріалів, є створення т.зв. віртуальних консульств — інтерактивних веб-сайтів, які надають інформацію й полегшують електронний доступ до обмеженого кола консульських послуг в районі, де немає реальної консульської установи. Діяльність такого віртуального представництва може підкріплюватись за допомогою відвідувань цієї області співробітниками реальної дипломатичної місії. Створення віртуальних консульств має певні переваги: 1) їх підтримка є набагато дешевшою, аніж реальних консульств, що є привабливим для незаможних та невеликих країн. Ці країни, завдяки Інтернету, можуть розгорнути «віртуальну» дипломатичну мережу в усіх країнах світу; 2) віртуальне посольство може функціонувати в умовах, коли існування реального дипломатичного представництва є неможливим (з огляду на відсутність чи розірвані дипломатичні відносини, ведення воєнних дій в регіоні, який входить до консульського округу, існування загрози життю співробітникам дипломатичної місії тощо);

- створення спеціальних тематичних веб-сайтів, присвячених певній проблемі і покликаних висвітлювати позицію та діяльність держави з її вирішення та формувати сприятливу громадську думку. Такі сайти можуть створюватись як для «тривалих проблем», так і під час криз, в які була втягнута країна.

## **§ 5. Медіа-дипломатія**

До 1960-их рр. ЗМІ, перш за все преса, були служницею уряду, його пропагандистським рупором у питаннях, що стосувалися зовнішньої політики. Правляча еліта використовувала мас-медіа для поширення лише тієї інформації, оприлюднення якої було вигідно цій еліті. Головною причиною такого ставлення до ЗМІ був мізерний громадський інтерес до подій на міжнародній арені.

Разючі зміни у відносинах уряду та преси у зовнішній політиці спричинила глобалізація засобів масової інформації та новітні технології. Телебачення, яке перетворило світ на «глобальне село», та новітні технології задали шалений темп для всіх ЗМІ. Активна роль ЗМІ у політиці пов'язана з їхнім впливом на різні сторони комунікативного процесу. Від того, яку інформацію отримують актори політики, залежать їх подальші дії. Автори сучасного учбового посібника з політології ФРН пишуть: «Мати важливу інформацію означає мати владу; вміти відрізнити важливу інформацію від неважливої означає володіти ще більшою владою; можливість поширити важливу інформацію у власній режисурі чи замовчувати її означає подвійну владу».

Фахівці виділяють такі функції сучасних ЗМІ у зовнішній політиці:

- слугують швидким джерелом інформації;
- представляють і ставлять на порядок денний громадського обговорення глобальні проблеми (екологія, права людини, роззброєння, СНІД, біженці, наркобізнес тощо);
- визначають порядок денний обговорення і вирішення зовнішньополітичних проблем урядом;
- слугують сигнальною системою для інших країн про плани і наміри конкретної держави;
- є засобом впливу неурядових організацій, а також терористів на дії урядів і міжнародної спільноти.

Наприкінці 70-их рр. – на початку 80-их рр. ХХ ст. з'явився термін «теледипломатія». Першим випадком теледипломатії стало захоплення у 1979 р. ісламськими радикалами персоналу американського посольства в Тегерані. США та Іран за обставин цілковитого розірвання відносин не мали традиційних засобів комунікації, тому телебачення стало єдиним каналом, через який вони вели переговори про звільнення заручників. Теледипломатія між США та Іраном повторилася у 1998 р., коли іранський президент М. Хатамі в інтерв'ю американській телемережі CNN звернувся до Америки з пропозицією розпочати культурний діалог між народами. Це звернення



викликало миттєву реакцію керівництва США, яке у заявах у відповідь підтримало ідею відновлення контактів<sup>206</sup>.

Сьогодні теледипломатія відіграє вагомую роль у політичних процесах, адже лідери держав та дипломати часто використовують ефір глобального телебачення, щоб заявити про свої рішення. Теле-повідомлення видаються моментально в ефір та впливають на аудиторію в режимі реального часу. Здатність глобальних телемереж впливати на політичні та дипломатичні рішення і навіть змінювати перебіг подій отримала назву «ефект CNN» (цей термін уже стосується не лише CNN, але й інших міжнародних каналів новин).

Дипломатичне посередництво стало звичною роботою журналістів глобальних телемереж. Ведучі збирають у студії за столом переговорів представників опозиційних сил. На думку політологів журналісти-посередники виконують такі важливі функції:

- забезпечують комунікативне поле для обміну інформацією і точками зору між учасниками конфлікту;
- сприяють формуванню адекватного прийняття позицій сторін та пошуку спільної мови;
- допомагають провести діагностику конфлікту, оцінити можливі варіанти рішень, які влаштовують обидві сторони;
- можуть пропонувати учасникам додаткові ідеї щодо розв'язання конфлікту;
- надають сторонам можливість достойно себе позиціювати як під час переговорів, так і протягом виходу із конфлікту;
- підтверджують прагнення учасників до пошуку виходу з конфлікту та вирішення проблеми.

Сьогодні незалежні медіа беруть на себе роль провідників зовнішньої політики. Вони активно і цілеспрямовано доводять до світової громадськості

---

<sup>206</sup> Орлова В. Глобальные телесети новостей на информационном рынке / В. Орлова [Электронный ресурс]. – М.: Изд-во «Рип-Холдинг», 2003. - Режим доступа: <http://evartist.narod.ru/text5/68.htm>

конкретні аспекти зовнішньополітичного курсу країни і чим потужніші національні ЗМІ, тим більше можливостей вони відкривають для своєї держави у світовій політиці.

Інструменти медіа можуть впливати на динаміку конфліктів і сприйняття суспільства, впливають на формування колективної ідентичності та політичний курс. Важливим напрямом медіа дипломатії є доведення до широких кіл світової громадськості об'єктивної і точної інформації про позиції держав з основних міжнародних проблем, їхні зовнішньополітичні ініціативи та дії, а також про досягнення культури, науки, інтелектуальної творчості.

Розвиток медіа покладає на дипломатів обов'язок стати досвідченими в мистецтві презентації в середовищі масової інформації (медіа-презентації) як у межах однієї країни, так і на міжнародному рівні. Оскільки зовнішня політика країни, щоб бути ефективною, вимагає високого рівня народної підтримки або розуміння, дипломат має бути готовий пояснити та виправдати політику свого уряду перед народом найбільш ефективним способом, яким є широко поширений аудіовізуальний засіб, – телебачення.

До *технологій медіа-дипломатії*, що їх використовують країни у зовнішній політиці, відносять:

- офіційні повідомлення для ЗМІ, які містять офіційну позицію країни з тих чи інших міжнародних питань;
- роз'яснення інформації, яка містить спеціальні елементи впливу з метою переконання;
- інформація, яка містить у собі довільні коментарі журналістів;
- інформація, яка надається для ЗМІ для їх подальшої роботи.

## **§ 6. Культурна дипломатія**

Невід'ємною складовою державної політики міжкультурного співробітництва є зовнішня культурна політика, що розробляється з метою формування позитивного культурного іміджу країни в світі. Культурна

присутність держав за кордоном, як і зарубіжна культурна присутність у самих країнах, сприяють їх гідному утвердженню в світовій політиці, що відповідає їхнім історичним надбанням, геополітичному становищу, потенціалу та ресурсам. Відповідно до специфіки пріоритетів, кожна країна розробляє власну національну стратегію здійснення зовнішньої культурної політики.

**«Культурна дипломатія»<sup>207</sup>** є комплексом цілеспрямованих дій спрямованих на здійснення обміну ідеями, інформацією, цінностями, традиціями, віруваннями та іншими аспектами культури, з метою сприяння міжкультурному взаєморозумінню.

Завдання культурної дипломатії:

- підвищити ефективність зовнішньої політики держави, підняти престиж власної країни, уряду, політики як в міжнародному політичному середовищі, так і серед світової громадськості;

- подолати упередженість щодо країни, зменшити вплив негативних тенденцій політико-ідеологічного походження, зміцнити міжнародний авторитет держави, продемонструвати відкритість суспільства та його демократичні цінності;

- вплинути на формування багатополюсної системи міжнародних відносин, яка відображає культурно-політичне розмаїття та взаємозалежність сучасного світу;

- сформувати позитивний економічний клімат для іноземних інвестицій, сприяти розвитку туристичної індустрії;

- представити культуру як складову формування державного бренду; позиціонувати політику держави, що має високий науковий, інтелектуальний та культурний потенціал.

Інструменти культурної дипломатії: мистецтво (кіно, музика, живопис, театр тощо), література, виставки, ярмарки, освітні програми, наукові обміни,

---

<sup>207</sup> Міжнародна інформація: терміни і коментарі. Навчальний посібник / Макаренко Є. А., Рижков М. М., Кучмії О. П., Фролова О. М. – Вид. 2-ге, доповн. та переробл. – К.: Центр вільної преси, 2016. – С. 464-474.

культурні й новинарні програми, релігія й міжрелігійний діалог, пропаганда ідей соціальної політики.

Одним із нових різновидів культурної дипломатії є «кулінарна дипломатія», яку потужно просувають Японія, Таїланд, Південна Корея, Перу, Малайзія і США. Цим терміном позначають популяризацію національної кухні країни за кордоном, формування позитивного ставлення до гастрономічних пріоритетів і, як наслідок, ознайомлення світової громадськості з загальним культурним надбанням країни.

У Європі виділяють три традиційні європейські моделі міжкультурного співробітництва, кожна з яких характеризується специфікою і національними політичними стратегіями Франції, Сполученого Королівства та Німеччини.

Французька модель<sup>208</sup> відображає спрямовану зовнішню політику Французької Республіки, яка системно включає міжкультурне співробітництво у практику міжнародних відносин. Культурна дипломатія Франції характеризується жорсткою централізацією та прямим державним контролем.

Французька Республіка в умовах глобальних зрушень прагне позиціонувати себе у світі як індустріально і технологічно розвинута держава з прогресивною внутрішньою та зовнішньою політикою, як мультикультурне суспільство, в якому забезпечуються культурна самобутність та різноманіття різних етнічних спільнот. Реалізація «політики величі» та постійне намагання зберегти міжнародний статус політичного лідера не тільки на регіональному, а й на світовому рівнях, потребує від французького уряду мобілізації всіх ресурсів влади: політичних, військових, економічних та культурних. Активна зовнішня культурна політика виступає ефективним засобом консолідації французької нації, зміцнення міжнародних офіційних і неформальних зв'язків з іншими державами світу та засобом формування привабливого образу Франції на міжнародній арені. Культурна дипломатія як інструмент політики міжкультурного співробітництва є винаходом Франції і спочатку передбачала

---

<sup>208</sup> Міжнародна інформація: терміни і коментарі. Навчальний посібник / Макаренко Є. А., Рижков М. М., Кучмій О. П., Фролова О. М. – Вид. 2-ге, доповн. та переробл. – К.: Центр вільної преси, 2016. – С. 464-474.

здійснення урядом просвітницької політики з метою посилення присутності та політичного впливу національної культури і французької мови у країнах, які історично перебували під протекторатом Франції до розпаду колоніальної системи.

Французька модель політики міжкультурного співробітництва і культурної дипломатії передбачає пріоритетну роль держави в її реалізації на противагу англо-саксонській моделі, де значну частину функцій щодо зовнішньої культурної діяльності перебирає на себе приватний сектор. Однак, певні елементи англо-саксонської моделі використані Францією у реалізації зовнішньої культурної політики, в першу чергу, доктрини спрямованої Франкофонії, складовими якої є наступальна політика захисту французької мови і культури, спеціальні просвітницькі та культурні програми, що мають відповідний ідеологічний контекст.

Втілення доктрини спрямованої Франкофонії та політики міжкультурного співробітництва відноситься до компетенції Міністерства закордонних справ, зокрема, до компетенції Головного управління з питань міжнародного співробітництва і розвитку, трансформованого з попереднього Управління культурних відносин, яке опікувалося питаннями міжкультурного співробітництва з 1945 р.

Французька культурна дипломатія має на меті: поширення французької мови і культури як засобу здійснення зовнішньої політики, спрямованої на зміцнення позицій Франції в інших країнах світу; як форми постійної присутності та домінування в політико-культурному середовищі франкофонних держав; як складової позиціонування Французької республіки через програми освітніх обмінів та організацію спеціальних культурних подій. Зокрема, Відділ у справах культурного співробітництва і Франкофонії Головного управління з питань міжнародного співробітництва та розвитку Міністерства закордонних справ Французької Республіки розробляє стратегії просування ідеології Франкофонії, яка полягає у підтримці багатомовності в Європі, сприянні культурному розвитку, поширенні культурних продуктів та послуг, в тому

числі, в аудіовізуальному просторі, модернізації культурних та освітніх закладів.

Політика відомчих урядових структур – Міністерства культури і комунікацій, Міністерства освіти – спрямована на просування доктрини спрямованої Франкофонії в європейському регіоні, зокрема, в країнах, де франкофонна спільнота визнана на державному рівні (Андорра, Бельгія, Ліхтенштейн, Люксембург, Монако, Нідерланди, Швейцарія) і політично підтримує зміцнення позицій Франції як лідера об'єднаної Європи. Так, внаслідок збільшення політичного, економічного, наукового, духовного і культурного впливу Франції через програми зовнішньополітичної діяльності держави формується транснаціональний франкофонний культурний простір і нові напрями співробітництва.

Вертикаль міжкультурного співробітництва поєднує зовнішньополітичні відомства Франції з дипломатичними представництвами в країнах перебування (відділи культури і співробітництва) та інформаційно-культурними центрами, діяльність яких перебуває в компетенції радників з культурних питань. До їх функцій належить реалізація стратегій культурної дипломатії, проведення відповідних культурницьких акцій, розподіл коштів, забезпечення керівництва проектами у сфері науково-технічного співробітництва, а саме: підтримка ідеології правової держави і ринкової економіки; поширення обмінів між представниками інтелектуальних і мистецьких кіл Франції та країн перебування, підтримка перекладів французької літератури іноземними мовами, надання освітньо-консультативної підтримки викладанню французької мови; розвиток партнерських відносин між закладами вищої освіти; обмін науковцями, а також реалізація спільних науково-дослідних проєктів; популяризація французької аудіовідео- та кінопродукції тощо.

Основним інструментом культурної дипломатії визначено французькі культурні центри, яких налічується 176 у країнах перебування, в тому числі чотири створені в рамках окремих двосторонніх угод про співробітництво (Гвінея – Конакрі, Мозамбік, Намібія та Нігерія). Саме вони, як структурний

підрозділ зовнішньополітичних відомств, на практиці реалізують політику міжкультурного співробітництва, приділяючи особливу увагу поширенню франкофонності в іншомовному культурному середовищі. Перші такі заклади було створено ще до Першої світової війни (Лондон, Мадрид, Флоренція та Санкт-Петербург), які спеціалізувалися, головним чином, на реалізації програм освітніх обмінів. Друге покоління з'явилося наприкінці Другої світової війни і було пов'язане з голлістською концепцією «м'якого домінування» Франції в світі: наприкінці 1943 р. численні інститути були створені для поширення французької культури за кордоном.

Політико-культурній присутності Франції та позиціонуванню її зовнішньополітичних інтересів сприяють численні приватні фонди, завданням яких є поширення французької мови та культури через «людей доброї волі будь-яких поглядів, політичних і релігійних течій». Так, недержавними структурами культурної дипломатії є Alliance Française, l'Association française d'action artistique, La Maison des cultures du monde, l'Association pour la diffusion de la pensée française, Unifrance films pour le cinéma, Télévision France International (TVFI), France Edition та інші. Неприбуткова громадська організація Альянс Франсез (Alliance Française), заснована 1883 р. з ініціативи таких відомих діячів, як Ф. де Лессеп, Л. Пастер, Е. Ренан, Ж. Верн і П. Камбон, сьогодні має понад 1070 філій по всьому світу і фінансується за рахунок приватних коштів. Альянс офіційно визнаний Міністерством закордонних справ Франції як інструмент громадської дипломатії, що координує діяльність розгалуженої мережі фонду.

Британська модель<sup>209</sup> базується на принципі опосередкованого контролю (так званий принцип «витягнутої руки»), коли міжкультурне співробітництво фінансується повністю або частково урядом, як правило, Форін Офісом, у той час як адміністративна та координуюча відповідальність за реалізацію делегована неурядовим інститутам (наприклад, Британській Раді).

---

<sup>209</sup> Міжнародна інформація: терміни і коментарі. Навчальний посібник / Макаренко С. А., Рижков М. М., Кучмій О. П., Фролова О. М. – Вид. 2-ге, доповн. та переробл. – К.: Центр вільної преси, 2016. – С. 464-474.

Для Великої Британії, на відміну від Франції, культурна дипломатія не відразу стала пріоритетним напрямом зовнішньополітичної діяльності, хоча і посідала чільне місце в зовнішньополітичній стратегії. До 1940-х рр. культурному чиннику зовнішньої політики не приділяли достатньо уваги, оскільки статус «колоніальної імперії» визначав домінуючі позиції британської культури й англійської мови в країнах Азії та Африки. На формування принципів культурної дипломатії, на відміну від Франції, також вплинула відсутність внутрішньої культурної консолідації в самій країні і прагнення Шотландії, Уельсу та Північної Ірландії позиціонувати себе як окремі нації, нетотожні англійській. Британська культурна дипломатія перетворилася на складову зовнішньої політичної пропаганди, а зовнішня культурна політика обмежувалася діяльністю культурних інститутів, головною метою яких стало просування англійської мови за кордоном.

Початок «холодної війни» та втрата статусу «колоніальної імперії» призвели до нових геополітичних пошуків Великої Британії, що мали забезпечити державі позиції впливового глобального політичного лідера. В самій же країні вироблення і реалізація стратегії зовнішньої культурної політики сприяло культурній консолідації нації, виступило ефективним засобом зміцнення позицій держави на світовій арені, визначило нові пріоритети співробітництва з іншими країнами, зокрема, країнами Центральної та Східної Європи, Африки та Азії. З метою збереження своїх геополітичних позицій та забезпечення національних інтересів в протистоянні двох наддержав – США та СРСР – Велика Британія прагнула залишатися відносно незалежною і використовувала для цього всі доступні методи, в тому числі технології культурної дипломатії, яка посіла важливе місце в зовнішній політиці держави. Зовнішньополітичні відомства та культурні інститути значно розширили сферу своєї традиційної діяльності – налагодили систему і мережі міжкультурних та освітніх обмінів, активізували видавництво і розповсюдження позиційних матеріалів, поширення британських культурних продуктів і послуг з метою формування позитивного сприйняття Великої Британії та заохочення країн до



активного співробітництва з нею.

Реалізація зовнішньої культурної політики Великої Британії відноситься до компетенції Міністерства закордонних справ, яке здійснює розробку та втілення принципів культурної дипломатії держави. Питання просування національних інтересів на регіональному і глобальному рівнях, політичної підтримки позицій Великої Британії відноситься також до компетенції інших урядових структур, зокрема: Ради мистецтв Великої Британії, Департаменту з питань освіти та науки, Комісії музеїв та мистецьких галерей, Ради мистецтв Шотландії та Уельсу, Департаменту з питань культури, медіа та спорту тощо.

Основним інструментом культурної дипломатії Великої Британії є Британська Рада – приватний заклад, заснований 1936 р. Близько третини коштів для функціонування вона отримує від Міністерства закордонних справ, понад дві третини становлять прибутки від власної діяльності, включно, викладання англійської мови. Нині в світі є понад 250 Британських Рад у 110 країнах світу. Британська Рада має повноваження визначати керівні цілі своєї діяльності та призначати власних членів правління, за винятком двох, які призначаються Управлінням культурних відносин МЗС. Однак головні принципи зовнішньої культурної діяльності визначаються «Стратегічними керівними принципами МЗС для Британської Ради», які готують раз на два роки. Головні завдання Британської Ради: зміцнення позицій Великої Британії за кордоном; створення умов для позитивного сприйняття зарубіжними урядами, бізнесменами та інвесторами перспектив тісного співробітництва з британськими представниками уряду та бізнесу; встановлення різноманітних міжкультурних та освітніх контактів з громадянами інших країн.

Британська Рада у своїй діяльності активно використовує новітні технології й пропонує широкий спектр інформаційних послуг для реалізації своїх культурних та освітніх проєктів у країнах перебування. Серед головних проєктів, що реалізуються урядом Великої Британії через Британську Раду можна назвати програму «Think UK», завданням якої є формування позитивного іміджу Великої Британії за кордоном, покращення розуміння цілей

і принципів політичної, економічної та культурної діяльності держави, інформування громадськості про головні здобутки Великої Британії в різних сферах діяльності, налагодження двостороннього інтелектуального та культурного співробітництва; програма «Open Minds», започаткована як відповідь на події 11 вересня 2001 р. і спрямована на визначення міжкультурних та міжрелігійних відмінностей між західними державами та країнами ісламського світу.

Своєрідним середнім варіантом між французькою та британською моделями є німецька<sup>210</sup> децентралізована організаційна модель, яка ґрунтується, з одного боку, на відносному контролі з боку держави та певною мірою на централізації міжнародної культурної діяльності, з іншого – на принципі дистанціювання від влади, характерного для федеративного державного устрою Німеччини.

Сучасні характерні риси німецької культурної дипломатії почали формуватися після Другої світової війни, коли перед урядами як Західної, так і Східної Німеччини постала проблема позбутися негативних асоціацій та ототожнень усього німецького з фашизмом, голокостом, геноцидом, нетерпимістю до інших тощо (наприклад, спроба пов'язати назву Аушвіц з життям і творчістю видатних німецьких авторів Гете та Шіллера). Тому, німецька культурна дипломатія була спрямована на формування образу «нормальності». Розпад Німеччини в 1949 р. призвів до протистояння та боротьби між обома державами за право на «правильне» представлення культурних надбань німецького народу, що тривало впродовж усього періоду «холодної війни». Німецька культурна дипломатія 1950-х рр. розглядалась обома державами як опосередкована підтримка німецького експорту («вивчаючи німецьку, купуючи німецьке»). Діяльність інститутів, головним чином, зосереджувалася на презентації оновлених держав на міжнародній арені та мовних освітніх програмах.

---

<sup>210</sup> Міжнародна інформація: терміни і коментарі. Навчальний посібник / Макаренко Є. А., Рижков М. М., Кучмії О. П., Фролова О. М. – Вид. 2-ге, доповн. та переробл. – К.: Центр вільної преси, 2016. – С. 464-474.

Важливим етапом становлення німецької культурної дипломатії став прихід до влади канцлера ФРН В. Брандта у 1969 р., уряд якого визначив нові пріоритети для культурної дипломатії, назвавши культуру «третім стовпом» зовнішньої політики. Зовнішня культурна діяльність відтепер розглядалась як складова німецької зовнішньої політики, а головними цілями німецької культурної дипломатії стали налагодження міжкультурного діалогу та співробітництва, активізація культурних та освітніх обмінів. Наприкінці 1970-х рр. німецький уряд проголосив культуру важливою складовою зовнішньополітичної стратегії держави, яка «має допомагати політичній інтеграції Європи в її культурному вимірі», а німецьку культурну дипломатію – складовою євроінтеграційної політики держави. Важливим напрямом діяльності стало розширення культурної присутності в країнах «третього світу».

Після подій 11 вересня 2001 р. німецький федеральний уряд ініціював нову програму у сфері зовнішньої культурної політики – «Європейсько-ісламський міжкультурний діалог», спрямовану на покращення розуміння ісламських культурних і релігійних традицій та цінностей в Європі, налагодження політичного діалогу між двома культурно-цивілізаційними об'єднаннями, формування позитивного образу європейської культури в ісламських країнах тощо.

Офіційні керівні принципи зовнішньої культурної діяльності формулює Міністерство закордонних справ ФРН, яке бере участь у переговорах, що стосуються двосторонніх культурних угод та міжнародного культурного співробітництва. В зовнішньополітичних місіях посаду культурного аташе зазвичай обіймає професійний дипломат. Практична реалізація зовнішньої культурної політики здійснюється багатьма приватними установами та закладами в різних сферах міжкультурного співробітництва, діяльність яких фінансує держава. Наприклад, Інститут Гете, який має понад 135 відділень у 75 країнах світу та 18 відділень у Німеччині. Головною метою діяльності Інституту є встановлення міжкультурного співробітництва з метою просування

інтересів Німеччини за кордоном через програми культурного, мовного та освітнього характеру. Пріоритетним напрямом діяльності є формування багатокультурного та багатомовного європейського простору, особливо в контексті євроінтеграційних процесів. Важливою складовою зовнішньої культурної політики, що реалізується Інститутом Гете, є встановлення політичних та економічних зв'язків з державами Азії та Африки через політику міжкультурного співробітництва з діаспорою в Німеччині та розширення зарубіжної культурної присутності в країнах, вихідці з яких становлять найбільший відсоток іммігрантів.

Серед інших важливих установ можна назвати Deutsche Akademische Austauschdienst (DAAD), Alexander von Humboldt-Stiftung (AvH), Inter Nationes (IN) та Institut für Auslandsbeziehungen (IfA), які відповідають за міжнародні програми наукових досліджень, обміни студентами, міжкультурний діалог з іншими країнами, міжнародний культурний та інформаційний обмін, тобто за сфери, які відіграють важливу роль у зовнішній культурній діяльності Німеччини.

## § 7. Іміджева дипломатія

*«Іміджеву дипломатію»<sup>211</sup>* визначають як діяльність спрямовану на створення та підтримання позитивного міжнародного іміджу та формування бажаної громадської думки.

З огляду на те, що імідж країни формується широким колом зовнішньополітичних, економічних, культурних та інших дій держави та недержавних акторів, пов'язаних із цією країною, то поняття іміджевої дипломатії є тісно пов'язаним із іншими методами здійснення «м'якої сили», такими як публічна й культурна дипломатія.

---

<sup>211</sup> Міжнародна інформація: терміни і коментарі. Навчальний посібник / Макаренко Є. А., Рижков М. М., Кучмії О. П., Фролова О. М. – Вид. 2-ге, доповн. та переробл. – К.: Центр вільної преси, 2016. – С. 454-456.

*Імідж держави* – це стереотипізований образ країни, що існує в масовій свідомості завдяки як стихійному, так і цілеспрямованому його формуванню елітою й політтехнологами з метою здійснення політичного й емоційно-психологічного впливу на громадську думку всередині країни і за кордоном.

При формуванні іміджу держави необхідно враховувати низку різноманітних чинників, які впливають на формування іміджу держави. Зокрема, Е. Галумов виділяє такі чинники<sup>212</sup>:

1. «Умовно статичні» чинники: природний ресурсний потенціал держави; національно-культурна спадщина суспільства; нерегульовані (постійні) геополітичні чинники (географічне розташування, площа займаної території, протяжність кордонів держави, вихід до морів і т.д.); історичні події, які вплинули на розвиток державності (завоювання, великі наукові та географічні відкриття та ін.), а також внесок видатних громадян в історію розвитку країни; базова форма державного устрою і структура управління.

2. «Коректовані умовно динамічні» соціологічні чинники: соціально-психологічні настрої в суспільстві; форми суспільно-політичної інтеграції громадян, структура, характер і принципи діяльності суспільно-політичних об'єднань; морально-етичні аспекти розвитку суспільства.

3. «Коректовані умовно динамічні» інституційні чинники: стійкість економіки, що оцінюється комплексом показників динаміки ВВП, рівня доходів на душу населення, обсягом залучених інвестицій, фінансова забезпеченість бюджетів всіх рівнів, гарантій прав і свобод суб'єктів реального сектору економіки та ін.; правовий простір держави й відповідність правових норм стандартам міжнародного права; функції, повноваження та механізми державного регулювання різних областей і сфер діяльності в державі (ефективність владної конструкції).

Світові стандарти, сформовані міжнародною спільнотою, задекларовані у нормах міжнародного права, які фіксуються щорічними рейтингами

---

<sup>212</sup> Галумов Э. Основы PR / Э. Галумов [Электронный ресурс]. – М.: «Летопись XXI» , 2004. – Режим доступа: <http://www.textfighter.org/text15/102.php>

міжнародних організацій й рейтинговими агенціями, виступають зовнішніми чинниками формування іміджу держави:

- Індекс глобальної конкурентоспроможності (щорічно складається Всесвітнім економічним форумом у Давосі);

- Індекс сприйняття корупції (щорічно розраховується Transparency International);

- Індекс електронної участі громадян (визначає якість надання інформації й послуг урядовими структурами для громадян за допомогою ІКТ з метою залучення громадян до прийняття важливих управлінських й політичних рішень);

- Індекс готовності до електронного урядування (розраховується ООН);

- Індекс економічної свободи;

- Індекс цифрового доступу;

- Індекс інформаційного суспільства та ін.

Значну роль у формуванні іміджу держави відіграють мас-медіа, які, з одного боку, пропонують факти, їх інтерпретацію, образи, які заважають об'єктивній оцінці подій чи об'єкта; а з іншого – можуть сприяти формуванню позитивного образу держави в очах світової громадськості, а вразі потреби – антипатії й осуду стосовно інших держав.

Згідно із світовою практикою формування позитивного міжнародного іміджу здійснюється іноземними державами в основному за двома напрямками:

- 1) утворення спеціалізованого державного органу, на який покладаються функції із забезпечення на міжвідомчому рівні постійної, оперативної та скоординованої підготовки і розповсюдження у міжнародному інформаційному просторі позитивних відомостей про державу;

- 2) розроблення з цією метою державної цільової програми, до виконання якої залучається переважна більшість органів державної влади.

Формування й просування іміджу держави на міжнародній арені проходить такі етапи:

- розроблення стратегії інформаційної діяльності, що передбачає чітке визначення специфіки іноземних держав та їх населення;
- здійснення комплексу заходів на основі впровадження ефективних форм інформаційно-роз'яснювальної роботи з урахуванням особливостей сприйняття держави певними категоріями громадян іноземних держав;
- розширеного відображення позитивних відомостей про державу в інформаційному просторі інших держав, створення необхідної для цього інфраструктури;
- налагодження співпраці з неурядовими міжнародними та громадськими організаціями, зацікавленими у формуванні позитивного міжнародного іміджу держави;
- активізації інформаційно-роз'яснювальної роботи на території держави, спрямованої на покращення розуміння громадянами її стратегічних зовнішньополітичних та зовнішньоекономічних напрямів діяльності.

У жовтні 2016 р. Кабінет міністрів України схвалив Концепцію популяризації України у світі та просування інтересів України у світовому інформаційному просторі (розраховану на період до 2020 р.). Метою Концепції є<sup>213</sup>:

1) популяризація України у світових інформаційних ресурсах та національних інформаційних ресурсах іноземних держав, спрямована на захист її політичних, економічних та соціально-культурних інтересів, зміцнення її національної безпеки і відновлення територіальної цілісності;

2) формування позитивного іміджу України шляхом висвітлення об'єктивної інформації про конкурентні переваги, сильні сторони, вагомі досягнення нашої держави на світовій арені, широкі перспективи співпраці міжнародної спільноти з Україною;

3) забезпечення на міжвідомчому рівні постійної оперативної та

---

<sup>213</sup> Концепція популяризації України у світі та просування інтересів України у світовому інформаційному просторі [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://mip.gov.ua/ru/documents/81.html>

скоординованої діяльності з підготовки і поширення у світовому інформаційному просторі правдивої та об'єктивної інформації про Україну, зокрема окремі її регіони, а також підвищення туристичної та інвестиційної привабливості України.

Шляхи досягнення мети:

- підсилення інституційної спроможності для здійснення міжнародних стратегічних комунікацій;

- організації і проведення органами виконавчої влади інформаційних кампаній, спрямованих на підвищення рівня поінформованості світового співтовариства про Україну та формування позитивного сприйняття іміджу нашої держави у різних сферах;

- забезпечення постійної присутності комплексної, багатоканальної та об'єктивної інформації про Україну у світовому інформаційному просторі;

- визначення та забезпечення функціонування механізму системного відстеження і протидії інформаційним кампаніям та дезінформації, спрямованим проти України;

- подальшого розвитку системи іномовлення та забезпечення інформаційного супроводження державної політики України за її межами;

- забезпечення взаємовигідної співпраці з українською діаспорою щодо популяризації України та українців, просування їх інтересів в інших державах і на міжнародній арені;

- залучення громадських об'єднань для реалізації проектів за визначеними цією Концепцією напрямками;

- проведення регулярного відкритого діалогу між Кабінетом Міністрів України та спільнотою світових лідерів, експертів, представників засобів масової інформації, які висвітлюють або коментують українську тематику;

- забезпечення ефективного використання можливостей українських культурно-інформаційних центрів за кордоном, а також зміцнення їх матеріально-технічної бази з метою їх залучення, зокрема, до виготовлення



іноземними мовами і розповсюдження інформаційно-іміджевих матеріалів, присвячених Україні;

- створення привабливого іміджу бізнесової діяльності у нашій державі разом з постійною промоцією наявних можливостей та пропозицій;

- створення системних і комплексних умов для формування позитивного туристичного іміджу.

Імідж держави – явище багатогранне, яке складається з таких компонентів:

- політичний імідж держави: політичний курс держави, її внутрішня й зовнішня політика, згуртованість політичної еліти; основні політичні цінності й норми;

- економічний – характеризує основні економічні процеси в країні; економічний ріст, розвиток;

- дипломатичний імідж: ведення переговорів, підписання міжнародних угод, участь у роботі міжнародних і регіональних організацій; позиціонування держави; вміння співпрацювати й вплив на інших тощо;

- соціальний: задоволення потреб людей у житлі, праці, підтримці здоров'я, в соціальних гарантіях;

- туристичний: туристичний бізнес надає можливість представити країну в найпривабливішому вигляді й рекламувати вітчизняні товари й послуги;

- інвестиційний: дає змогу оцінити економічну привабливість держави, її інвестиційний клімат;

- мас-медійний: потужна присутність національних медіа у світовому інформаційному просторі, які просувають позицію й образ своєї країни.

## **§ 8. Брендинг держав**

Національний брендинг є важливою складовою розвитку сучасного світу. Глобалізація означає, що країни конкурують одна з одною задля уваги, поваги та довіри інвесторів, туристів, фінансистів, іммігрантів, мас-медіа та урядів

інших націй. Тому, бренд могутньої та позитивної нації забезпечує вагомі конкурентні переваги. В епоху глобалізації країни стають все більш подібні до корпорацій, які вступають у боротьбу за залучення іноземних інвестицій, конкурують за увагу світових ЗМІ, туристів і ринки товарів і послуг. Як і корпорації, що створюють і активно рекламують унікальність, високу якість своїх товарів, держави теж певним чином перетворюються на товар, пропонуючи себе як райське місце для відпочинку, або як найсприятливіший режим для вкладання інвестицій, або як фінансовий центр тощо. Як наслідок, країни активно запозичують корпоративні технології для створення неповторного і привабливого бренду на міжнародній арені.

Відомий британський дослідник проблем брендингу С. Анхольт дав такі дефініції: «бренд» – це продукт, послуга або організація, що розглядається в поєднанні зі своєю назвою, ідентичністю та репутацією; «брендинг» – це процес проектування, планування, та об'єднання назви й ідентичності з метою створення чи управління репутацією<sup>214</sup>. О. Шевченко визначає «бренд країни» як сукупність характеристик (назва, термін, знак, символ, малюнок, слоган тощо), які об'єднують уявлення самої країни про себе, містять ексклюзивні та позитивні характеристики країни, та виділяють її серед інших держав світу, а «брендинг» – як комплекс технологій створення образу держави зі своїми специфічними характеристиками<sup>215</sup>. Загалом «бренд» розуміють як національну ідею країни, її інтелектуальну власність, тобто комплекс думок, відчуттів, асоціацій та уявлень, які виникають у людини, коли вона бачить, чує назву країни чи купує товар вироблений у цій країні.

В сучасній науковій думці існують два підходи до формування бренду держави:

---

<sup>214</sup> Anholt S. Competitive Identity. The new Brand Management for Nations, Cities and Regions / S. Anholt. – Basingstoke: Pallgrave Macmillan, 2007. – 134 p.

<sup>215</sup> Шевченко О. PR-технології в міжнародних відносинах (європейський досвід та перспективи України): моногр. / О. Шевченко. – К.: Центр вільної преси, 2003. – 193 с.

1) корпоративний (ідеологом є С. Анхольт): ставлення до держави, її бренд формується через торгові марки, які є світовими лідерами та якими володіють великі корпорації цієї держави;

2) державний (реалізує на практиці В. Олінс, консультант з питань уряду Великобританії): репутація держави будується централізовано, згідно з єдиною розробленою концепцією.

В. Олінс пропонує такі етапи кампанії щодо створення успішного бренду країни<sup>216</sup>:

- Утворити координаційну раду з представників уряду, промисловості, культури, освіти та ЗМІ до початку розробки програми.

- Провести соціально-політичний моніторинг громадської думки.

- Сформувати систему політичного консалтингу, провести низку консультацій з політичними лідерами, які мають значний вплив на формування громадської думки.

- Визначити головну ідею, на якій ґрунтуватиметься генеральна стратегія програми формування бренду.

- Розробити графічні та візуальні атрибути програми.

- Створити систему управління зовнішніми і внутрішніми комунікаційними потоками, в яких висвітлюються події всередині країни (особливу увагу слід приділити повідомленням зі сфери туризму, економічного клімату країни та захисту прав людини).

- Реалізацію програми здійснювати на засадах співробітництва політичних інститутів з неурядовими структурами.

С. Анхольт розуміє *брендинг країни* як систематичний процес узгодження дій, поведінки, інвестицій, інновацій і комунікацій країни для реалізації стратегії конкурентної ідентичності. Це може бути як звичайне співробітництво урядового комітету з туризму й агентства по залученню інвестицій, так і десятиліття реалізації скоординованих і чітко спланованих

---

<sup>216</sup> Ollins W. Trading Identities: Why Countries and Companies are Taking on Each Other's Roles / W/ Ollins. – London: Foreign Policy Centre, 1999. – 57 p.

стратегій всередині країни й на міжнародній арені в сфері культури, спорту, освіти, політики, туризму, міжнародної торгівлі<sup>217</sup>.

Серед усіх методів побудови бренду країни «класичним» є шестикутник бренду країни С. Анхольта, за яким створюється рейтинг брендів країн світу:



**Рис. Шестикутник Саймона Анхольта<sup>218</sup>**

1. Експорт країни – визначає імідж товарів та послуг кожної країни в світі. Тут важливим є те, щоб на кожному продукті було чітко зазначено, де він був вироблений.

2. Зовнішня та внутрішня політика – характеризує уявлення громадської думки про керівництво країни, а також погляди на глобальні питання, такі, як демократія, правосуддя, соціальна політика, захист навколишнього середовища. Назагал, це політичний курс, рішення, що ухвалюються керівництвом країни.

3. Інвестиції та імміграція – визначають ступінь привабливості країни для проживання, роботи чи навчання в ній, а також демонструють її привабливість для зовнішніх інвесторів та соціальну ситуацію в країні.

<sup>217</sup> Anholt S. Competitive Identity. The new Brand Management for Nations, Cities and Regions / S. Anholt. – Basingstoke: Pallgrave Macmillan, 2007. – 134 p.

<sup>218</sup> Ibidem.

4. Культура та традиції – оцінка світовою спільнотою рівня сучасної культури країни: живопис, музика, кінематограф, спорт, література, глобальне сприйняття культурної спадщини країни в світі.

5. Народ – є виміром іміджу країни в таких галузях, як знання, освіта, гостинність населення тощо. Ключовим елементом тут є народ, що проживає в даній країні: видатні лідери нації, зірки естради та спорту; як вони ведуть себе за кордоном та як зустрічають гостей у себе вдома.

6. Туризм – вимірюється ступенем зацікавленості до відвідування країни та привабливості туристичних атракцій. Ключовим елементом є розвиток в країні індустрії туризму та досвід, який люди отримують відвідуючи дану країну як туристи або під час ділових візитів. Часто туризм є дуже важливим аспектом в формуванні бренду окремої держави, оскільки індустрія туризму зазвичай має один з найбільших бюджетів та кращих менеджерів.

Бренд країни повинен відповідати таким вимогам:

- він має бути оригінальним та асоціюватися з країною;
- легко піддаватися змінам та нововведенням відповідно до міжнародної ситуації;
- базуватися на постійних цінностях і культурних особливостях країни;
- для його створення та просування необхідна професійна в різних сферах команда, яка має бути аполітичною та інтернаціональною;
- наявність слогану (назва країни – обов'язкова) та логотипу, який би містив елементи державної символіки (герб, прапор).

**Відмінність між «брендом держави» й «іміджем держави»:** бренд – це те, формуванням чого цілеспрямовано займаються, з використанням певних маркетингових прийомів та за певними правилами, тоді як імідж може сформуватись стихійно. Відповідно, структура бренду наперед визначається його розробниками, тоді як імідж, будучи по суті відображенням сприйняття країни конкретними людьми, може мати різні складові, залежно від обсягу та характеру одержаної інформації про країну, від стереотипних уявлень про. Бренд країни може існувати лише як результат відповідних зусиль з боку самої

країни, а імідж може бути сформований обставинами, певними подіями, іншими країнами тощо, тобто країна у більшості випадків має лише частковий контроль над власним іміджем, нерідко будучи змушеною опиратись спробам підірвати свій імідж з боку інших держав чи відновлювати його внаслідок тих чи інших кризових ситуацій. Крім того, про бренд країни можна говорити з позицій його наявності чи відсутності та, якщо він є, про його потужність (силу впливу), тоді як до іміджу можна застосовувати якісні характеристики (позитивний імідж / негативний імідж).

Потужний бренд країни може стати запорукою позитивного сприйняття зовнішньополітичної діяльності держави – певних ініціатив та акцій на міжнародній арені, позиції країни з того чи іншого питання міжнародного життя та сприяти діяльності дипломатичної служби країни за кордоном. Роль брендингових технологій у зовнішньополітичній діяльності, таким чином, може розглядатись із трьох позицій:

1) потенціал дипломатичної служби держави може і повинен бути задіяний для формування бренду країни, включаючи окремі його сектори, та сприяння просуванню стратегічних національних інтересів. Як приклад можна навести широко розповсюджену нині практику створення під орудою зовнішньополітичних відомств інтернет-порталів, присвячених промоції інвестиційних можливостей країни, її туристичних атракцій, переваг здобуття освіти в університетах країни тощо, та рекламування цих ресурсів як на веб-сайті самого відомства, так і веб-сторінках дипломатичних представництв країни;

2) міжнародна діяльність держави, її зовнішньополітичні акції та ініціативи, взаємодія з іншими акторами міжнародних відносин в сучасних умовах глобалізованого медійного простору є безпрецедентно транспарентним, що вимагає перегляду підходів до її ведення. С. Анхольт у своїй програмній праці «Конкурентна ідентичність» зазначив, що поширення демократії й демократичного типу управління в багатьох частинах світу, зростаюча тенденція до прозорості уряду і відкритих відносин між державними акторами,

а також зростаючий інтерес і обізнаність про міжнародні справи серед громадськості викликають необхідність у більш «публічно-орієнтованому» підході до політики, дипломатії та міжнародних відносин;

3) транспарентність призводить до потреби роз'яснення населенню змісту та напрямів зовнішньої політики держави; доступна в електронному виді інформація, що виходить від держави, може сприяти розвитку її діалогу з громадськістю.

Розглянемо приклади вдалих брендів.

Багато розвинутих країн світу цілеспрямовано працюють над розробленням чи вдосконаленням власного бренду, наприклад, Ліхтенштейн. Необхідність розробки і просування бренду князівства Ліхтенштейн була зумовлена тим, що імідж країни виявився скомпрометованим існуючим у світі стереотипом, що це не самобутня країна, а лише фінансовий центр.

Для подолання цієї проблеми була створена робоча група під керівництвом фонду «Імідж Ліхтенштейну». Ця група об'єднала рекламні агентства, провідні промислові підприємства, великі торгово-промислові асоціації, органи влади й представників прем'єр-міністра країни. Спільно з фондом «Імідж Ліхтенштейну» компанія В. Олінса розробила проект бренду, з метою допомоги фінансовим і промисловим асоціаціям рекламувати себе за кордоном, виховувати почуття національної гордості, розвивати туризм і стимулювати позитивне сприйняття Ліхтенштейну в інших країнах світу.

На основі найбільш виразних рис країни фахівці сформулювали ряд ідей: невеликий розмір, економічне процвітання й привабливість, цілеспрямованість, підприємницький дух і людяність.

Бренд Ліхтенштейну представлено у 2004 р. У розробленому логотипі була використана ідея дорогоцінного каменю, що сяє на темно-фіолетовому фоні – поєднання кольорів державного прапору: червоного й синього. Колір бренду є унікальним і елегантним й символізує інноваційний сучасний Ліхтенштейн. Логотип також містить п'ять символів: «будинок», «прямокутник», «серце»,

«квітка», «монета». У сукупності ці символи створюють образ князівської корони – символу монархічної влади та тісного зв'язку держави й народу.

У 2004 р. Міністерство економіки, торгівлі й промисловості Японії розпочало реалізацію програми «Japan Brand», стратегії підтримки місцевих брендів як форми інтелектуальної власності. Суть стратегії полягає у просуванні певних видів місцевої продукції. Для реалізації програми «Japan Brand» застосували концепцію «двох'ярусного підходу», за яким всі проекти з просування продукції з його подальшим офіційним визнанням як «бренду Японії», мають послідовно пройти дві стадії:

1) «стадія розробки концепції»: формулюють базову стратегію регіону щодо власного бренду, а також методологію й тактику її реалізації. Для цього організують різні семінари, стажування, проводять маркетингові дослідження;

2) «стадія створення й розвитку бренду»: здійснюють розробку брендового іміджу, планують маркетингову стратегію, проводять активний промоушн продукції, організують її участь у різних виставках, презентаційних заходах, реалізують рекламну кампанію. Тривалість другої стадії – три роки.

Основна ідея слогану «Japan Brand» – «Створення нових традицій», тобто створення нових продуктів та послуг, які здобудуть визнання у світі.

У брендинговій стратегії акцент зроблено на таких японських цінностях:

- ремісницька якість (місцеві традиції і навички ремісників, їхня наполегливість і самовдосконалення породжує високу якість продукції);
- практична краса;
- регіональний дух (природа, традиції, культура, стиль життя з різних регіонів Японії).

Кольором бренду обрано червоний, який має асоціюватися з Японією та викликати сильні емоції.

У червні 2006 р. Штабом стратегії у сфері інтелектуальної власності при Кабінеті Міністрів Японії було прийнято Стратегічну програму з інтелектуальної власності, в якій визначені основні заходи щодо просування



брендів та підвищення іміджу країни на міжнародній арені. Комплекс заходів, покликаних перетворити Японію в націю, яку люблять і поважають в світі, охоплює, насамперед, сферу економіки та культури. Для утвердження та зміцнення привабливого бренду Японії («Japan Brand»), заснованого на японському стилі життя, діяльність уряду країни реалізується за такими основними напрямками:

1. Сприяння поширенню у світі багатих традицій японської кухні.
2. Створення різноманітних і надійних регіональних брендів.
3. Утвердження японської моди як глобального бренда.
4. Поширення ідей привабливості Японії.

Заплановано різні форми культурних обмінів, зокрема, а також систему нагородження провідних закордонних діячів державними нагородами Японії за особливий внесок у розвиток і поширення за кордоном досягнень Японії в різних сферах, включно й у сфері культури.

#### ***Питання для розгляду на семінарах:***

1. «М'яка сила» в зовнішній політиці
2. Суб'єкти, об'єкти, цілі й канали зовнішньополітичних комунікативних технологій
3. Типи зовнішньополітичних комунікативних технологій
4. Інформаційно-аналітичне забезпечення зовнішньої політики
5. Документи внутрішньовідомчого листування
6. Зовнішня документація дипломатичного представництва
7. Інформаційне забезпечення візитів
8. Поняття, цілі й інструменти публічної дипломатії
9. Культурна дипломатія
10. Поняття «медіа-дипломатія», завдання медіа-дипломатії
11. Чинники, які впливають на формування й просування іміджу держави
12. Формування бренду держави

13. Бренд – імідж – репутація держави
14. Досвід формування бренду держави (на прикладі держави за вибором)

***Завдання для лабораторних робіт:***

1. Проаналізуйте та оцініть сайт МЗС України. Запропонуйте свої рекомендації щодо покращення наповнення і/чи оформлення.
2. Підготуйте комплексне інформаційно-аналітичне забезпечення візиту Президента України до країни, яку він відвідав нещодавно. Робота в групі.
3. Проаналізуйте ефективність інформаційної присутності зовнішньополітичних відомств Республіки Польща в Україні.
4. Напишіть політичну характеристику на Далю Грибаускайте, Кетрін Ештон, Франсуа Олланда, Девіда Кемерона (одна особа за власним вибором).
5. Напишіть політичну характеристику на Дмитра Яроша, Святослава Вакарчука, Ріната Ахметова, Олега Ляшка (одна особа за власним вибором).

## РОЗДІЛ 7

### МОРАЛЬНО-ЕТИЧНІ ПРОБЛЕМИ ІНФОРМАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

#### § 1. Інформаційна етика

Телекомунікаційні та комп'ютерні технології, глобальність Інтернету не тільки відкривають нові вражаючі можливості для створення та поширення інформації й знань, а й створюють певну небезпеку виникнення суперечностей між цінностями, культурною спадщиною різних держав і народів. Комп'ютерна революція породжує велику кількість проблем гуманітарного характеру, в тому числі принципово нові етичні питання. Користувачів мережевого простору зваблюють нові спокуси, властиві будь-якому іншому людському співтовариству, часто з відтінком антисоціальної поведінки. Тому з кожним роком дедалі нагальнішими стають питання регулювання відносин, зростає розуміння того, що саморегуляція на основі етичних норм є одним із способів співіснування у віртуальному світі. В інтернет-середовищі виникає проблема збереження та підтримки етичних норм, дієвість яких у суспільстві визначається ставленням до проблеми державних органів, рівнем самосвідомості кожного індивіда, мірою та способами суспільного впливу в разі їх порушення.

Моральні аспекти наслідків науково-технічного прогресу почали хвилювати науковців починаючи з середини ХХ ст. Упродовж 1940-50-х рр. світ бентежили думки про роботів та можливість їх співжиття з людиною. 1970-80 рр. позначені дискусіями про права інтелектуальної власності, приватності інформації, вірусів та вандалізму в інформаційному просторі. Початок 1990-х рр. ознаменований появою Інтернету.

Вважають, що теоретичну базу інформаційної етики заклали праці канадського соціолога Х. М. Маклюена, в яких представлені зміни в людській підсвідомості під впливом інформаційних потоків. Світоглядну базу даного

напряму склали важливі документи щодо прав людини. В дев'ятнадцятій статті Всесвітньої Декларації з Прав Людини (10.12.1948) зазначено: «Кожна людина має право на свободу переконань і на їх вільне вираження; це право включає свободу притримуватися своїх думок та шукати, отримувати та розповсюджувати інформацію та ідеї будь-якими методами незалежно від державних кордонів». Проте в 40-70-ті р. ХХ ст. під розповсюдженням інформації розуміли переважно книжкову та друковану продукцію. Х. М. Маклюен значно розширив уявлення про інформаційні потоки, доводячи, що до них слід віднести і такі соціальні явища, як транспорт, зв'язок, гроші, рекламу, ЗМІ, виборчі технології – все, що може подолати будь-які кордони й здійснювати вплив на свідомість людини.

Перші розробки з інформаційної етики відносились до бібліотечної культури та виражалися в бібліотечних кодексах. Класичним прикладом такого документу став «The Library Bill of Rights» (Кодекс прав бібліотеки), опублікований Американською бібліотечною асоціацією в 1948 р. Його основні принципи очевидні та елементарні: кожна людина має право на рівний доступ до навчання та культурної спадщини, джерелом розповсюдження яких є бібліотеки. Це право не може бути обмежене ні віком, ні соціальним статусом, ні посиленням на авторські права або на таємність. Виключенням можуть бути лише документи, які містять державну таємницю.

Згодом з'являються наукові тлумачення поняття «**інформаційна етика**»<sup>219</sup>.

Першим словосполучення «інформаційна етика» вводить у вжиток Р. Хауптман, який пізніше, 1992 р. започаткує перше періодичне видання з проблем інформаційної етики – «Журнал інформаційної етики». Досить швидко нова галузь утвердилася і у вищій школі. Курс з такою назвою у 1999 р. з'явився в університеті міста Піцбург. Не зважаючи на різноманіття складових, які спричинили появу інформаційної етики, можна стверджувати, що ядром

---

<sup>219</sup> Миролубенко Г. Інформаційна етика. Проблеми становлення галузі / Г. Миролубенко [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ena.lp.edu.ua/bitstream/ntb/6957/1/122.pdf>

даної галузі знань є не специфічний тип технологій, зокрема комп'ютерні, стільникові, інформаційні чи комунікативні, а саме інформація, дані.

На думку Л. Флоріді, відмінною рисою інформаційної етики є те, що вона стоїть осторонь інших етичних теорій, адже концентрується на інформаційних сутностях. Головним питанням галузі є визначити: що є добром для інформаційних сутностей та інфосфери, тобто інформаційна етика вивчає, що є моральним і аморальним для агента, який працює з інформацією й інформаційними системами.

Інфоетика, згідно робіт Л. Флоріді, заснована на внутрішніх цінностях інформації та інформаційній сутності, під якими можна розуміти будь-який об'єкт або існування в цілому. Діяльність, направлена на руйнування та скорочення інфосфери, розглядають як причини шкоди. В такому аспекті до основних цінностей інформаційної етики відносять:

- модальність – взаємообумовленість, логічність та реальність;
- гуманітарність – стабільність і нестабільність, безпека, довіра, конфіденційність, обережність та чесність;
- ясність – доступність і недоступність інформації, можливість її використання, систематичність;
- конструктивність – моральність інформації, її своєчасність, нормативність, а також вичерпність.

Розвиток ІКТ призводить до формування електронної культури, яка має різні форми прояву, такі як електронна освіта, електронні бібліотеки та музеї, цифрове мистецтво, віртуальна комунікація, електронний уряд і т.д., – нові сфери породжують особливі цінності та етичні норми. За дослідженням Р. Капурро, вільний доступ потрібно розглядати як основоположний етичний принцип, аналогічний принципам свободи слова та вільного друку. Р. Капурро, директор Міжнародного центру з проблем інформаційної етики, відносить до поняття інформаційної етики у вузькому значенні все, що стосується впливу цифрових технологій на суспільство та навколишнє середовище в цілому, а також вирішення етичних проблем, пов'язаних з функціонуванням інтернет-

ЗМІ. Поняття інформаційної етики в широкому сенсі, за його думкою, охоплює всю інформаційну та комунікаційну сферу, включаючи і цифрові засоби масової інформації.

З появою електронних методів розповсюдження даних, інформаційна етика суттєво змінює напрям своєї діяльності. Інформація стала значно доступнішою, ніж в епоху друкованої продукції. Тому, актуальною стала проблема щодо захисту прав доступу не до бібліотек, а до інформаційних технологій, в тому числі, до електронних бібліотек. Сьогодні, коли електронне розповсюдження інформації перевищує друковане, інфоетика зіткнулась з іншою проблемою: боротьба за право доступу до даних обернулася тим, що людині стало нікуди подітися від агресивного впливу інформаційних потоків.

Інформаційна етика була визначена як «етика, яка фокусується на зв'язках між створенням, організацією, розповсюдженням та використанням інформації. Регулює поведінку людини в соціумі на основі моральних норм та етичних кодексів». Це забезпечує встановлення та покращення стану безпеки приватного життя (збір, запис, розповсюдження, переробка даних тощо), організацій (наприклад, захист від «штучного агента»), інформації (порушення авторських прав). Інфоетика зв'язана з галузями комп'ютерної етики та філософії інформації.

Інформаційна етика – це цілісно-нормативна система особистості у відповідності з домінуючими функціями, які виконуються у інформаційно-комунікативній сфері соціальної практики.

Існують два підходи в науці, які застосовують при описі інфоетики – мікроетика та макроетика:

- макроетика стосується норм етичного характеру в роботі з інформацією на глобальному та соціальному рівнях. На глобальному рівні, інформаційна етика є складовою частиною інформаційної екології. Макроетичні рамки включають багато проблем щодо інформаційного суспільства, зокрема, його цифрового розриву, екологічної етики (людина як частина інформаційного середовища), екологічний підхід до життєвого циклу інформації. Інформаційна

екологія визначається як сукупність відносин між суспільством та інформаційним середовищем;

• мікроетика – це частина інформаційної поведінки людини. Вона проявляється у багаторівневому використанні інформації, що характеризує адаптацію людини до інформаційного середовища, джерел інформації та інформаційних продуктів.

На підставі зазначених вище підходів, можна також визначити інформаційну етику з точки зору інформаційної поведінки, а саме: як інформаційну поведінку посадових осіб, користувачів і фахівців в області інформації, яка базується на системі цінностей вибору рішень та вирішення проблем у галузі використання інформації.

*Завдання інформаційної етики*<sup>220</sup>:

- 1) базовим пріоритетом є використання технологій для захисту прав людини;
- 2) просування загальнодоступної інформації;
- 3) наявність різноманітного контенту;
- 4) доступ до інформації й засобів комунікації.

Інформаційна етика базується на такій вимозі: у сучасному інформаційному суспільстві усі повинні мати можливість доступу до суспільно важливої інформації, а саме:

- урядових документів, які дають змогу інформованому демократичному суспільству відслідковувати й оцінювати дії обраних лідерів, як результат – усі отримують можливість долучитися до процесу управління;
- про персональні дані без порушення конфіденційності;
- дані з науки й історії, які дають доступ до знань для розуміння подій і дальшого розвитку знань;
- про безпеки й загрози для здоров'я й довкілля;
- про стан технологій;

---

<sup>220</sup> Етика и права человека в информационном обществе. Материалы европейской региональной конференции, организованной Комиссией Франции по делам ЮНЕСКО и Совета Европы. – Страсбург, 2007.

- творчі роботи.

Сучасна інформаційна етика розглядає етичні питання, зокрема:

- в Інтернеті (cyberethics; інформаційної етики в більш вузькому сенсі);
- в області комп'ютерних наук (етика комп'ютерна);
- в біологічних і медичних наук (біоінформаційна етика);
- в засобах масової інформації (етика ЗМІ);
- в галузі бібліотекознавства та інформатики (бібліотечна етика);
- у сфері бізнесу (ділова етика в інформаційній сфері).

Інформаційна етика спрямована на:

- вивчення морально-етичних проблем розвитку (ІКТ і нано-інфо-біо-кібер-соціо-технологій);
- розробку та вивчення етичних норм і принципів комунікації в інформаційному суспільстві, створення на їх основі етичних кодексів для інформаційного суспільства;
- вивчення етичних аспектів розвитку електронної культури та мас-медіа (електронних ЗМІ, Інтернет, соціальних мереж, електронних бібліотек, електронних послуг тощо);
- вивчення етичних аспектів соціального життя, пов'язаного з впровадженням інформаційних технологій (захист авторських прав, кіберзагрози та кібербезпека, інформаційна рівність, гарантія в доступі до інформації для особи).

Кожен етап роботи з інформацією передбачає дотримання певних принципів інформаційної етики:

- 1) отримання інформації має базуватися на таких принципах: доступ до інформації, відбір даних, верифікація інформації, прогнозування наслідків, інформаційна потреба в контексті, подолання цифрового розриву й інформаційного дефіциту;



- 2) використання інформації: вільний доступ до інформації, інтелектуальна свобода, цензура, авторське право, легальне використання, комерційне використання;
- 3) організація знань: точність інформації, структура знань, надійність та якість інформації, фільтрація;
- 4) соціальні мережі: можливість об'єднуватися в спільноти, захист, відповідальність, уникнення маніпуляцій, комунікація;
- 5) обмін інформацією: недоторканність приватного життя, колективна мудрість, менеджмент знань, свобода слова, конфіденційність, захист даних;
- 6) генерація інформації: власність, відповідальність, правила, боротьба з плагіатом, авторське право, принцип оптимальності, мораль;
- 7) Інтернет-взаємодія: безпека, захист, аутентифікація, уникнення / боротьба з асоціальною поведінкою (піратством, кіберзлочинністю).

Інформаційний світ характеризується багатьма рисами традиційного людського суспільства, в тому числі злочинністю, експлуатацією, дезінформацією тощо. Тому глобальна інформатизація підсилює вплив негативних факторів як на окрему особистість, організацію, суспільство в цілому, що зумовлено такими причинами:

- анонімність члена інформаційного суспільства. Велика кількість видів діяльності в Інтернеті, корпоративних мережах та комп'ютерному бізнесі не потребує суворої аутентифікації особи. Анонімність в Інтернет-спілкуванні часто сприймається як норма;

- складність не тільки розкриття, але і встановлення факту інформаційного злочину. Дуже часто жертви крадіжок реквізитів кредитних карток, паролів доступу та іншої конфіденційної інформації навіть не здогадуються про втрату (поки не перевірять рахунок або не будуть звинувачені в розголошенні державних і корпоративних секретів);

- легкість приєднання до інформаційного соціуму, в тому числі асоціальних, підривних елементів. Щоб стати громадянином всесвітньої інформаційної мережі достатньо використати найрозповсюдженіший та

загальнодоступний засіб (комп'ютер) та послуги (підключення до Інтернету зазвичай анонімно та достатньо дешево);

- швидка зміна лідерів, кумирів, відсутність довготривалих стійких авторитетів інформаційного суспільства та бізнесу;

- високий рівень абстракції міжособистісних відносин. Особа, яка скоїла злочин, не бачить та не уявляє рівень моральної та психологічної шкоди.

Асоціальну, ненормативну поведінку людини зазвичай називають «неетичною», тобто в традиційному розумінні етика виступає сукупністю позитивних цінностей та методів їх реалізації. Особиста інформаційна етика проявляється через набір таких якостей, як інформаційна поведінка, інформаційне мислення та інформаційне світосприйняття.

*Етичні питання в області інформаційної етики* також групують в такі чотири категорії (ці принципи також стосуються розробки та використання інформаційних систем):

- **Privacy** (недоторканність приватного життя/конфіденційність): конфіденційність – це право окремих осіб у приватності будь-якої інформації про себе та захисту її від несанкціонованого доступу. З практики порушень, найбільше маніпуляцій відбувається у різних електронних базах даних, де обов'язково повинні застосовуватися етичні та правові заходи. Відповідний підрозділ займається обробкою персональних даних, які знаходяться у відкритих джерелах мережі Інтернет, тобто являються загальнодоступними. Для їх обробки дозвіл суб'єкта персональних даних не потрібен. Проте обов'язок щодо інформування про загальнодоступність особистих даних покладається на власника або розпорядника. Це означає, що необхідно мати докази того, що інформацію взяли із загальнодоступних джерел, або отримали дозвіл від суб'єкта персональних даних і потім зберегли цей документ. Крім того, потрібен документ, який підтверджує загальнодоступність ресурсу особистої інформації.

Проте, багато етичних спорів виникає у зв'язку з персоналізацією продуктів, онлайн-профілів, а також інтеграції персональних даних, які

розкидані в різних базах даних. Це також призводить до невідповідальних наслідків з боку професіоналів зі збору даних. Проблеми, пов'язані з моніторингом конкурентного ринку часто простежуються зловживанням інформації в маркетингових цілях. Етичний кодекс, АСМ, наприклад, закликає професіоналів до поваги приватного життя у відносно широкому сенсі. Тому багато компаній розглядають ці питання з точки зору саморегулювання.

- **Accuracy (точність):** точність інформації характеризується високою якістю та безпекою інформаційних систем. Вона повинна бути повною, актуальною та без помилок. Етичні аспекти точності інформації є фундаментальним виразом цілісності інформаційних систем.

- **Property (власність):** право власності значною мірою забезпечують на законних підставах. Проте, інтелектуальна власність є питанням етики тому, що ми говоримо про нематеріальні властивості в результаті творчої діяльності особистості або групи осіб. Розширення інтернет-послуг сприяло збільшенню порушень цього права. Незважаючи на правові механізми, такі як авторське право, патенти і комерційну таємницю, а також технологічні послуги (управління цифровими правами), не тільки законодавчі акти, а й етичні правила повинні бути актуальними для прийняття рішень при порушеннях авторських прав.

Наприклад, закони про авторські права, забороняють копіювання та розповсюдження усіх матеріалів без дозволу автора. Правила «справедливого використання» стверджують, що можна опубліковувати уривки з авторських робіт, журналів та газетних статей корпоративної розвідувальної системи, але розміщення повного документу є порушенням авторського права. Онлайн-постачальники інформації, такі як Dialog або Reuters, як правило, обмежують права своїх клієнтів у копіюванні, збереженні або продажі даних первісного вигляду. Закон про авторське право також захищає інформацію, яка міститься на сайтах конкурентів.

Для використання опублікованої інформації в оригінальному форматі потрібно придбати ліцензію, яка надає право користування матеріалами. Проте авторське право не поширюється на перероблену інформацію під час аналізу.

•Access (доступ): доступ до інформації має деякі відмінності на глобальному, національному та індивідуальному рівнях. Це проявляється в змозі отримати нову інформацію, доступі до інформаційних систем та баз даних, використання цифрових медіа. Раніше, не дивлячись на заходи і рух як «відкритий доступ», використовували етичні методи при побудові надійного віртуального середовища та державних електронних сервісів і систем.

Інформаційна діяльність може бути спрямована на отримання комерційної таємниці конкурентів. У різних законодавчих актах є різні формулювання щодо характеристик комерційної таємниці: «інформація є секретною, невідомою та не є легкодоступною для осіб, які зазвичай мають справу з видом інформації, до якої вона відноситься; в зв'язку з цим, яка є секретною, вона має комерційну таємницю. Таким чином, комерційна таємниця – це інформація, яка являється корисною і не являється загальнодоступною суспільству. Вона має дійсну або комерційну цінність, що дає можливість отримати прибуток, а для захисту якої власник приймає міри в усіх сферах життя та діяльності».

Слід використовувати лише ті методи та способи обробки інформації, які не суперечать принципам інформаційної етики та законодавству, так як основними функціями інформаційної діяльності є якісний збір, систематизація і, головне, аналіз інформації, а не викрадання або перехоплення даних.

Професійна інфоетика є багатозначним поняттям. З одного боку, це – наука про професійні особливості етики спеціаліста, моральні аспекти його праці. З іншого – інфоетика трактується як поєднання норм та правил професійних цінностей, кодекс поведінки людей під час виконання своєї професійної діяльності.

Етична поведінка професіоналів (медійників, рекламістів, бібліотекарів, PR-фахівців, IT-спеціалістів й усіх, хто працюють з інформацією та

інформаційними ситемами) повинна характеризуватися такими загальними принципами та цінностями:

1. Важливість суспільного блага в усіх професійних питаннях, включаючи повагу та рівні можливості людського права.
2. Важливість позитивної репутації інформаційної професії.
3. Підтримка безпеки та доступу до інформації.
4. Забезпечення максимальної кількості послуг у рамках наявних ресурсів.
5. Регулювання балансу між потребами реальних та потенційних споживачів; між вимогами керівництва та виконавцями завдання.
6. Рівне ставлення до всіх користувачів інформації.
7. Неупередженість та запобігання упередженості в пошуку та оцінці інформації.
8. Дотримання конфіденційності та таємності в роботі з користувачами інформації.
9. Прагнення в підтримці та покращення професійних знань, навичок та компетенції.
10. Повага до інформації, що належить іншим фахівцям та користувачам.

Факти недотримання принципів можуть призвести до: 1) недбалого використання можуть аналізу інформації; 2) серйозних правопорушень у разі неухважного документування (фальсифікація, обман, втручання в особисте життя через Інтернет). До основних порушень інфоетики слід віднести такі, як фабрикація та фальсифікація даних, маніпуляція даними, порушення прав інтелектуальної власності (несанкціоноване використання і присвоєння повідомлень) та ін.

## § 2. Комп'ютерна етика

Створивши нове середовище – Інтернет, у якому комп'ютери – основний інструмент комунікації, людство змушене розробити в ньому й норми поведінки. У цьому середовищі, кожен, хто занурюється в кібернетичний простір, зобов'язаний дбати не лише про себе, але й про тих, з ким взаємодіє, про інформаційні ресурси, з яких отримує дані чи інформацію або ж робить доступними власні. Тому, користуючись будь-якою свободою, слід пам'ятати, що вона обмежується свободою інших людей.

Виходячи з того, що операції комп'ютера більшу частину часу залишаються «невидимими», Дж. Мур виділив три типи комп'ютерних «невидимостей», що мають етичне значення<sup>221</sup>:

- першим типом «невидимого чинника» є «невидимий обман», тобто навмисне використання невидимих операцій комп'ютера з метою здійснення неетичної чи злочинної дії. Наприклад, програміст, який працює в банку, міг би викрасти так званий «надлишковий відсоток». У ході банківських операцій при підрахунку відсотка з вкладів після округлення сум постійно залишаються частки цента. Програміст міг би скласти і ввести в комп'ютер відповідну програму із завданням переводити ці залишкові частки цента з усіх банківських операцій на свій рахунок, здійснивши тим самим викрадення «надлишкового відсотка»;

- другий тип «невидимого чинника» – присутність «невидимих цінностей програми», тобто цінностей, які ненавмисно вводяться в програму, і до певного часу вони не відомі ні тим, хто програмою користується, ні навіть тим, хто її створює. Наприклад, при створенні програми для попереднього продажу авіаквитків в США в 1980-ті рр. програмісти використовували алфавітний принцип. Ця «невидима цінність програми» залишалася непоміченою, поки не з'ясувалося, що при продажу авіаквитків компанія «Амерікен Ейрлайнз»

---

<sup>221</sup> Moor J.M. What is Computer Ethics? / J. M. Moor [Electronic resource]. – Available at: [www.southernct.edu/organizations/rccs/](http://www.southernct.edu/organizations/rccs/)

отримувала перевагу перед компанією «Бреніфф Ейрлайнз», що призвело до банкрутства останньої і скінчилося судовим розглядом;

• третій тип – «невидимий комплекс обчислень»: комп'ютер здатний виконувати такі складні розрахунки, які просто незбагненні для людського розуміння і непідвладні контролю (навіть якщо сама програма цілком доступна нашому інтелекту). Логіка комп'ютера здатна варіювати нескінченно, звідси безмежна і потенційна сфера застосування комп'ютерної техніки. Від комп'ютерної технології, з одного боку, залежить вирішення таких нагальних завдань, як ліквідація збоїв і диспропорцій в економіці, зміна концепції відчуження і дегуманізації індивіда тощо. З іншого боку, комп'ютерна технологія веде до створення «чужого інтелекту», що володіє відмінними від людських цінностями .

Комп'ютерна революція породила, окрім проблем загального характеру, такі нагальні проблеми, як вторгнення за допомогою комп'ютера в особисте життя індивіда і комп'ютерну злочинність. Група проблем комп'ютеризованого суспільства стосується професійної етики та юриспруденції, прав власності на комп'ютерні програми, відповідальності за допущені комп'ютером помилки, зміни структури й ціннісних характеристик професійних етичних кодексів (етика лікаря, етика вчителя, етика бізнесмена і т.д.).

**Комп'ютерна етика** займається аналізом природи і соціального впливу комп'ютерної технології в поєднанні з відповідними формулюваннями етичного виправдання технології. На думку Дж. Мура<sup>222</sup>, глобальні проблеми комп'ютерної етики виникають через відсутність спільного розуміння, які мають бути етичні обмеження при застосуванні комп'ютерної технології і як слід чинити в зв'язку з тим, що комп'ютери надають суспільству нові можливості у виборі дій. Комп'ютерна етика покликана сформулювати правила цих нових дій, вона повинна відповісти на питання етичного використання комп'ютерних технологій як соціального, так і особистісного характеру, бо

---

<sup>222</sup> Moor J.M. What is Computer Ethics? / J. M. Moor [Electronic resource]. – Available at: [www.southernct.edu/organizations/rccs/](http://www.southernct.edu/organizations/rccs/)

механічне застосування нормативних етичних максим в умовах комп'ютеризованого суспільства стає недостатнім.

У 1980-і рр. американські етики увели термін «комп'ютерний професіонал» – індивіда, що заробляє на життя роботою з комп'ютерами, тобто не лише програмісти, системні аналітики, системотехніки, продавці комп'ютерного обладнання, а й усі ті, хто в ході своєї роботи використовують комп'ютери: службовці банківської та конструкторської сфер, працівники системи освіти, медичні діагности, лікарі, планувальники і розробники бюджету і т.д. У цей же період у США пробували врегулювати взаємовідносини між комп'ютерним професіоналом і суспільством за допомогою «Кодексу професійної поведінки», виробленого Асоціацією комп'ютеробудування, але канони цього кодексу настільки загальні, що охоплюють зобов'язання будь-якого професіонала: чесність, компетентність, відповідальність, професіоналізм, забезпечення благоденства людства, «та й взагалі всі складні питання честі».

У 1990-і рр. поняття «комп'ютерний професіонал» було доповнено ще двома поняттями: «інженер знання» (knowledge engineer) і «доменний експерт» (domain expert). «Інженер знання» – це програміст, який відповідає за створення експертної системи. «Доменний експерт» проводить експертизу в тій області, до якої має відношення система. Наприклад, для експертної системи з фінансової політики «доменним експертом» буде економіст. Етичні проблеми виникають тоді, якщо порушується порозуміння між обома сторонами. Якщо «інженер знання» неправильно зрозуміє «доменного експерта», то це непорозуміння може зруйнувати всю систему. Якщо рішення експертної системи виявиться помилковим і призведе до невтішних результатів, то відповідальним за це може бути і «інженер знання», і «доменний експерт», і кінцевий користувач системи. Таку ситуацію важко вирішити; до того ж багато експертів дотримуються протилежних точок зору на одну й ту ж проблему. Економісти, юристи, фінансисти, лікарі можуть запропонувати власне бачення кожної проблеми, а програміст повинен взяти на себе невдячне завдання



примирення конфліктуючих точок зору. Найбільш складні етичні та юридичні проблеми виникають у сфері медичного знання, коли експертні системи ставлять діагноз і визначають лікування на підставі опису симптомів хвороби. Якою б надійною не була експертна система, лікар не може спиратися тільки на її висновки й рекомендації, він повинен мати власну думку, адже якщо лікування виявиться неефективним, лікар не має права посилатися на збої в експертній системі, оскільки остання перед законом і людьми не несе відповідальності.

В основі практично всіх існуючих кодексів комп'ютерної етики знаходяться загальнолюдські цінності. Вони не регламентують виконання конкретних дій, які здійснюються в тій чи іншій ситуації, а створюють умови для прийняття індивідуальних моральних рішень. У кодексах містяться норми, що базуються на дотриманні згаданих вище чотирьох головних моральних принципів: «privacy» (таємниця приватного життя), «accuracy» (точність), «property» (приватна власність), «accessibility» (доступність).

Російський філософ М. Дедюліна акцентує увагу на таких моральних настановах при роботі з комп'ютером<sup>223</sup>:

- 1) використовуйте комп'ютер, не завдаючи шкоди іншим людям;
- 2) не втручайтеся в роботу й не створюйте перешкоди іншим користувачам комп'ютерних мереж;
- 3) не користуйтеся файлами, які не призначені для вільного доступу;
- 4) комп'ютер не може бути засобом здійснення злочину, поширення брехні;
- 5) не користуйтеся краденим програмним забезпеченням, не присвоюйте чужу інтелектуальну власність;
- 6) не використовуйте комп'ютерне обладнання чи ресурси комп'ютерних мереж без дозволу чи відповідної компенсації;

---

<sup>223</sup> Дедюліна М.А. Моральные дилеммы в компьютерной этике / М.А.Дедюлина [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.globalistika.ru>

7) передбачайте можливі суспільні наслідки програм, систем, які ви створюєте;

8) використовуйте комп'ютер із самообмеженнями, які демонструють вашу турботу й повагу до інших людей.

Особливі етичні норми виробилися серед користувачів Internet. У преамбулі мережевого кодексу етики підкреслюється: «Internet не підлягає цензурі й керується правилами *нетікету* (похідне від «net» – мережа й «etiquette» – етикет)». Правила стверджують: не рекомендується робити те, що не заохочується цивілізованим суспільством: лаятися, ображати людей, розпалювати національну ворожнечу, зламувати паролі. Користувачі, що порушують нетікет, можуть одержати флейми (попередження), що вказують на проблеми в поведінці. Якщо ж неетичні дії продовжуватимуться, то користувач ризикує бути позбавленим можливості працювати в Мережі.

Виділяють ще кіберетику або мережеву, веб-етику, чи, як ще її називають, Інтернет-етику, он-лайн-етику, що стосується тих, хто працює в Інтернеті. Кіберетика (cyberethics) має справу з майбутніми комп'ютерними технологіями, з якістю життя, з етичними та соціальними проблемами, пов'язаними з кіберпростором і суспільством всесвітньої комп'ютерної мережі (networked society). Наразі ця галузь комп'ютерної етики також ще системно не розроблена. Одні дослідники такої етики звертають увагу на принципи, інші на етичні норми, дехто визнаю лише конкретні етикетні правила, так званий мережевий етикет. Загалом система етичних вимог складається з етичних принципів (цінностей, основних орієнтирів), етичних норм (етичних прав, етичних обов'язків, етичних обмежень і етичних заборон) та етикетних правил поведінки (етикетних дозволів, етикетних обмежень і етикетних заборон).

Етичні вимоги комп'ютерної етики журналістів, наприклад, містять етичні принципи, етичні норми, етикетні правила з етики, дотичних до журналістського фаху і комп'ютерних професій. В основі концепції комп'ютерної (й інформаційної загалом) етики журналістів лежать такі основні принципи:

- захисту права людини на правдиву, об'єктивну, чесну і порядну інформацію;

- розвитку як теорії комп'ютерної етики журналістів, і практики – комп'ютерної моралі журналістів;

- використання вже апробованих міжнародних, зарубіжних і вітчизняних стандартів, документів, кодексів комп'ютерної етики;

- врахування цінностей, особливостей, мети, соціальних і психологічних функцій традиційних ЗМІ, що містять міжнародні й національні документи з журналістської етики.

До редакційного кодексу комп'ютерної етики журналіста можуть увійти етичні норми Т. О'Рейлі і Дж. Вейлс, що створили Кодекс поведінки для блогерів. Автори визначають такі принципи<sup>224</sup>:

1. Принцип відповідальності: блогер бере на себе відповідальність не тільки за власні слова, але й за коментарі, розміщені у його щоденнику.

2. Принцип порядності: інтернет-користувачі ніколи не повинні говорити в он-лайновому спілкуванні те, чого не сказали б в обличчя співрозмовнику у реальному житті.

3. Принцип об'єктивності: слід поговорити зі співрозмовником приватно, перш ніж відповісти публічно.

4. Принцип захищеності: блогер повинен вжити заходи, якщо хтось ображає опонента.

5. Принцип відкритості: блогер може заборонити анонімні коментарі.

6. Принцип чесності: рекомендується ігнорувати он-лайнових провокаторів. Деякі етичні вимоги зводяться до простих загальнолюдських етикетних норм поведінки. Чимало журналістів знають, що не можна говорити людині в Інтернеті те, що не зможеш повторити безпосередньо спілкуючись, пам'ятають про те, що не етикетно спілкуватися з анонімами і, ліпше

---

<sup>224</sup> Папуч А. Блогерство: Що таке блог і як його вести / А. Папуч [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://netiquette.in.ua/2018/02/11>

ігнорувати повідомлення провокаторів – не отримавши відгуку, вони втрачать до вас інтерес.

Міжнародна федерація з комп'ютерних технологій рекомендувала національним організаціям розробляти власні варіанти кодексів комп'ютерної етики з врахуванням місцевих, національних, культурних традицій і фахових особливостей, звернувши увагу на такі принципи:

- суспільна і фахова відповідальність;
- рівноправність партнерів у комунікаціях;
- точне й добросовісне виконання професійних обов'язків;
- загальнодоступність комп'ютерних засобів комунікації;
- повага таємниці, недоторканість приватного життя;
- не розпалювати расову, національну, етнічну, релігійну ворожнечу;
- не закликати до знищення існуючого ладу;
- не красти чужу інформацію;
- не змінювати чужі тексти, зображення.

Виходячи з окресленого вище, слід зазначити, що актуальними явищами, які супроводжують розповсюдження комп'ютерних та інтернет-технологій в інформаційному суспільстві, стають морально-етичні та правові проблеми взаємовідносин між комп'ютером та людиною в міжнародному мережевому просторі. Проблеми породжують багато запитань, але не на всі з них ще отримано відповіді. Українське суспільство лише розпочинає обговорювати ці проблеми та питання, що виникають паралельно зі швидким проникненням мережевих технологій у суспільне життя, зокрема в освітню сферу, де новітні технології стають інструментом інтерактивного навчання, особливо в площині дистанційної освіти.

### § 3. Міжнародні виміри інформаційної етики

В рамках ЮНЕСКО/РС (1997-2000 рр.) були проведені міжнародні конгреси з етичних, правових і соціальних проблем кіберпростору, які визначили підходи міжнародного співтовариства до встановлення принципів правового регулювання та етичних кодексів мережі Internet. Конгреси ЮНЕСКО з інфоетики розширюють рамки міжнародної дискусії, об'єднуючи представників максимальної кількості країн з різними економічними, політичними, технологічними, культурними та соціальними умовами, сприяють виробленню узгоджених рішень та спеціальних документів в рамках ЮНЕСКО з проблеми правового регулювання кіберпростору.

Перший міжнародний конгрес ЮНЕСКО/РС з етичних, правових і соціальних проблем кіберпростору «Інфоетика-97»<sup>225</sup>, що відбувся в Монте-Карло (Монако) 10-12 травня 1997 р., був ініційований національними комісіями ЮНЕСКО Данії, Франції, Німеччини, представниками політичних, наукових та ділових кіл з 54 країн світу і спрямований на обговорення актуальних питань міжнародного співробітництва за такими темами:

- доступ до цифрової інформації (створення системи етичних норм щодо забезпечення доступу до джерел інформації в кіберпросторі);
- охорона цифрової інформації та носіїв інформації (розробка єдиної концепції законодавчої бази щодо архівації та збереження цифрової інформації);
- підготовка міжнародної спільноти до впровадження ідеології інформаційного суспільства.

В дискусії з обговорюваних питань правового регулювання кіберпростору доповідачі охарактеризували вплив нових технологій на розвиток цивілізації, проаналізували можливості міжнародних організацій у розробці законодавчих актів для регулювання кіберпростору, визначили провідну роль ЮНЕСКО для

---

<sup>225</sup> Макаренко С. А. Європейська інформаційна політика: монографія / С. А. Макаренко. – К.: Наша культура і наука, 2000. – 368 с.

забезпечення міжнародного співробітництва з етичних, правових та соціальних проблем цифрової інформації. та соціальних проблем цифрової інформації.

Після тривалих дебатів, які засвідчили політичну заангажованість країн з перехідною економікою та країн, що розвиваються, у доступі до нових технологій, за кожним напрямком були розроблені пропозиції щодо регулювання та саморегулювання кіберпростору, які включали:

За першим напрямком:

а) заснування постійно діючого віртуального мережевого форуму «Інфоетика» під егідою ЮНЕСКО з метою: акцентувати увагу урядів на необхідності впровадження етичних основ функціонування кіберпростору; поширювати інформацію та наукові знання про технологічні, економічні та соціокультурні аспекти цифрових технологій і наслідки їх впливу на суспільство; створити Міжнародну комісію з інфоетики як центр аналізу міжнародних та національних ініціатив;

в) напрацювання правового апарату кіберпростору, визначення основних термінів, зокрема, «закони використання інформаційних продуктів та інформаційних послуг», «інформаційна інтелектуальна власність» з метою: забезпечити учасників міжнародного обміну інформацією законними, практичними і реальними правилами відносин; встановити чітке розмежування між авторським правом та моральними правами для провайдерів; відмовитися від пропозицій щодо встановлення податків на діяльність у кіберпросторі; провести аналіз найбільш сприятливих умов для регулювання, лібералізації і розвитку телекомунікацій;

с) визначення особливої ролі ЮНЕСКО в поступовому становленні інформаційного суспільства в країнах, що розвиваються, з метою забезпечення багатомовності та культурної підтримки технологічного розвитку – програмного забезпечення, інфраструктури, поширення інформаційних послуг та створення відповідної системи безпеки інформаційних ресурсів.

Передбачено також залучити до співробітництва за програмою подолання розриву між інформаційно багатими та інформаційно бідними країнами

спеціалізовані міжнародні організації та альянси розвинутих країн, зокрема, Міжнародний телекомунікаційний Союз та країни Великої Сімки.

Результатом обговорення другого напрямку стали пропозиції розробити під егідою ЮНЕСКО широкомасштабну програму щодо архівації та зберігання цифрової інформації; встановити правові принципи доступу до інформаційних ресурсів, зважаючи на приватні і суспільні права; виробити чітку концепцію про роботу з файлами, збереження їх інтелектуального змісту на різних рівнях використання цифрової інформації; створити спільно з національними урядами центри дослідження та приватні інституції для розробки законодавства кіберпростору, норм і принципів регулювання цифрової інформації, етичні кодекси кіберпростору та нові кваліфікаційні програми з інформаційного права.

Дебати за третім напрямком виявили різні підходи до проблем глобалізаційних процесів як таких, до актуальних питань підготовки країн з різним економічним та соціально-політичним потенціалом до нового мультимедійного середовища, викликали численні пропозиції та окремі думки представницького форуму. Найголовніші стосувалися наступних завдань<sup>226</sup>:

1) сприяти цифровій освіченості суспільства, використовуючи досвід регіональних та національних проектів і програм (кваліфікаційні проекти цифрової освіти у Канаді, Програма Інфо-2000 у Німеччині, Європейський Форум інформаційного суспільства ЄС, Програма Info-1997-2010 pp.), надавати відповідну увагу соціальному та культурному контексту інформаційної супермагістралі, збалансованому обміну інформацією по лінії Північ – Південь, багатомовності в мережі Internet;

2) окреслити рамки партнерства між державним і приватним секторами в галузі соціокультурного, політичного та технологічного співробітництва з метою підвищення обізнаності про етичні аспекти цифрового середовища та застосування Internet для національного розвитку; створити

---

<sup>226</sup> Макаренко С. А. Міжнародні інформаційні відносини: монографія / С. А. Макаренко. – К.: Наша культура і наука, 2002. – 452 с.

модель «мережевого мозкового центру» за участю фахівців країн-членів ЮНЕСКО для дослідження впливу нових технологій та Internet на суспільства, з'ясувати взаємовідносини у кіберпросторі між виробниками, менеджерами та користувачами інформації для забезпечення інформаційних потреб периферійних регіонів та країн, запобігати поглибленню розриву між інформаційно багатими та інформаційно бідними країнами;

3) підтримувати політичні рішення та дії, спрямовані на визначення відповідальності та етики в глобальному ініціювати в рамках компетенції ЮНЕСКО (Міжнародна обсерваторія ЮНЕСКО з проблем інформаційного суспільства), здійснення експериментальних програм на регіональному рівні щодо правового визначення цифрового середовища та діяльності у ньому.

«Інфоетика-98»<sup>227</sup> – Другий Міжнародний конгрес ЮНЕСКО з етичних, правових і соціальних проблем кіберпростору (1-3 жовтня 1998 р.) був присвячений проблемі ефективного доступу до джерел інформації в глобальних мережах. Експерти з питань телекомунікаційних та інформаційних технологій, соціології, філософії, права, представники від 66 країн, 12 міжнародних урядових організацій обговорювали три основні теми: 1) інформаційний доступ, зокрема, проблема доступу до інформаційної спадщини людства, 2) багатомовність в мережі Internet; 3) охорона приватного життя у світі цифрових технологій; 4) впровадження етичних стандартів та створення нових законів для глобального кіберпростору.

Учасники конгресу зазначили, що потрібно зміцнювати усвідомлення державної відповідальності за формування і здійснення нової політики щодо інформаційних технологій, підвищити роль суспільного сектору у забезпеченні доступності електронних мереж, перш за все Internet, на суверенних засадах. Порушувалася також проблема розробки багатомовного навігаційного програмного забезпечення та електронного перекладу з метою збалансованого використання в Internet інтерактивних лінгвістичних систем.

---

<sup>227</sup> Макаренко С. А. Європейська інформаційна політика: монографія / С. А. Макаренко. – К.: Наша культура і наука, 2000. – 368 с.



У рамках конгресу було проведено шість міжнародних зустрічей круглих столів, на яких велися дискусії з важливих проблем міжнародних інформаційних відносин. На першому круглому столі, де обговорювалася тема «Спільна інформаційна спадщина цивілізації», увагу привернуто до проблеми неправомірного застосування законів з авторського права до комерційної продукції програмного забезпечення, що порушує право на відкритий доступ до загального надбання в мережі Internet, уможлиблює контроль з боку приватного сектору над розподілом, трансформацією та використанням програмних ресурсів, проти якого виступають представники Міжнародного руху розробників нового програмного забезпечення з метою безкоштовного користування новими технологіями та глобальними інформаційними ресурсами.

Стрімке зростання технологій Internet обумовлює необхідність встановлення міжнародного регулювання кіберпростору на основі загальноновизнаних норм міжнародного права, щоб забезпечити гарантований доступ до переваг інформаційного суспільства для всього людства. У результаті обговорення було погоджено наступні рекомендації для країн-членів ЮНЕСКО/РС: 1) ініціювати розробку принципів інформаційної політики у кіберпросторі щодо вільного доступу до інформаційних ресурсів, які належать до загального надбання; 2) забезпечити вільний доступ до засобів обробки інформації, зокрема, програмного забезпечення на безоплатній основі; 3) збільшити роль суспільного сектору в Internet з метою створення рівноправних умов для користувачів в електронних мережах; 4) протидіяти злочинам та зловживанням у глобальному цифровому середовищі.

Темою другого круглого столу була проблема багатомовності в мережі Internet та наслідки експансії англomовних інформаційних ресурсів для міжнародного співробітництва. Доповідачі та учасники дискусії закликали ЮНЕСКО, інші міжнародні організації, національні уряди підтримати ідею багатомовного балансу в мережі Internet через реалізацію таких програм, як:

- розробка інтелектуальних лінгвістичних систем разом із впровадженням технологій редагування машинного перекладу відповідно до оригіналу;
- участь в реалізації світової політики щодо використання криптографічних засобів для міжнародного обміну даними;
- поширення цифрових аналогів культурної спадщини країн світу з метою збереження національної самобутності етносів;
- заохочення до використання малопоширених мов й уникнення дискримінації за інформаційною ознакою регіональних та місцевих суспільних груп та спільнот.

Представники різних країн (Шрі-Ланка, Греція, Фінляндія, Канада, ФРН, Мавританія, Росія, Польща, Швеція) підкреслювали, що нові комунікаційні технології викликають значні труднощі для можливостей захисту приватної інформації, тому постала необхідність у надійності інформаційних мереж за допомогою застосування міжнародних принципів і норм, встановлених у ст. 12, ст. 19 Загальної Декларації прав людини (1948); і проведення міжнародної кампанії про включення до порядку денного на рівні міжурядових організацій питання про недоторканність приватного життя в інформаційному суспільстві та визначення міри відповідальності за порушення із використанням технологій Internet. Було запропоновано провести прямий діалог з користувачами глобальної інформаційної мережі для окреслення поняття приватна таємниця.

На четвертому круглому столі обговорювалися проблеми права інтелектуальної власності у кіберпросторі та права інформаційної безпеки. У виступах представників ЮНЕСКО, Всесвітньої Організації Інтелектуальної Власності, фахівців з проблем інтелектуальної власності з різних країн світу наголошувалось, що в інформаційному суспільстві визначення поняття інтелектуальної власності потребує уточнення, окреслюються нові підходи до регламентації інтелектуальних прав в мережі Internet, дискутуються нові терміни – «інформаційна інтелектуальна власність», «вербальна власність», «кібер ноу-хау», «спільна інформаційна спадщина людства» тощо.

Результатом обговорення стали узгоджені пропозиції для наступної діяльності ЮНЕСКО: 1) сприяти «справедливому використанню» інформаційних технологій та їх важливих компонентів в різних регіонах світу для всіх верств населення; 2) забезпечити доступ до інформації загального користування, здійснювати охорону спільної інформаційної спадщини людства від монопольної приватизації; 3) підтримати і розширити мережу електронних бібліотек, надання послуг у доступі до глобальних знань через мережу Internet; 4) переглянути визначення колективних майнових прав в національному вимірі та забезпечити реалізацію цих прав; 5) відмовитися від визнання визначень і практичних дій щодо охорони інтелектуальної власності, які обмежують публічний доступ до інформації освітнього, наукового і культурного характеру.

У рамках п'ятого круглого столу розглядали права на дистанційну освіту за допомогою нових технологій, на отримання переваг інформаційного суспільства для кожного індивідуума в кожній країні. Представники країн третього світу (Азії, Африки, Латинської Америки) за підтримки учасників Конгресу з перехідних країн звернулися до відповідних департаментів ЮНЕСКО із закликом профінансувати програми комп'ютерної освіти населення, розробити спеціальні пілотні проекти для шкільної освіти, особливо у сільській місцевості, впроваджувати ідеологію використання інтелектуальних ресурсів на місцях, вирішити проблему міграції інтелектуальних ресурсів із сфери інформаційних та комунікаційних технологій до розвинутих країн світу.

Шостий круглий стіл був присвячений проблемі глобального управління в інформаційному суспільстві, що викликало політичні дискусії, альтернативні пропозиції і компромісні рішення, які були втілені у спільній Заяві учасників II Міжнародного конгресу «Інфоетика – 98»<sup>228</sup>.

Представники урядів головною проблемою визначили підготовку міжнародної спільноти до глобального регулювання, закликали до трансформації всіх політичних систем з метою створити оптимальну модель

---

<sup>228</sup> Макаренко С. А. Міжнародні інформаційні відносини: монографія / С. А. Макаренко. – К.: Наша культура і наука, 2002. – 452 с.

відкритого і ефективного співтовариства, в якому гарантуються права людини та права народів.

Учасники дискусії дійшли висновків, що система регулювання інформаційної діяльності в Internet повинна бути гнучкою, включати стандарти саморегулювання, зокрема, це стосується регламентації електронних медіа, які мають забезпечити дотримання принципів демократичного плюралізму, культурної багатоманітності і соціальної справедливості. Було зазначено, що ЮНЕСКО має сприяти перегляду саморегулюючих структур і розробці більш ефективних і містких процесуальних кодексів.

Крім того, учасники Конгресу висловили занепокоєння проблемою соціального виключення окремих країн і спільнот із системи міжнародних відносин в зв'язку з глобалізацією економіки та її складової комунікаційних технологій і неспроможністю бідних країн самотійно подолати промисловий, інтелектуальний та технологічний розрив між розвинутими країнами і країнами, що розвиваються; закликали ЮНЕСКО, країни Великої Сімки, інші впливові міжнародні організації мінімізувати цю проблему за допомогою: створення програм-тренінгів з інформаційних технологій, право в програмній діяльності ЮНЕСКО комп'ютерної освіти, доступної для всіх верств суспільства; надання доступу до нових інформаційних технологій всіх регіонів світу; розширення системи доступу через децентралізовані системи адміністрування, організацію пунктів безкоштовного громадського доступу до інформаційних ресурсів в мережі Internet; розширення лінгвістичної і культурної основи інформаційних технологій, щоб змінити ситуацію домінування англійської мови та американської масової культури в кібврпросторі.

У Заключному документі Конгресу «Інфоетика-98» підкреслено: нове інформаційне та комунікаційне середовище здійснює вплив на структуру міжнародного співтовариства та систему суспільних цінностей; міжнародна спільнота має визначати пріоритети подальшого розвитку; вдосконалення нового середовища стосується компетенції міжнародних організацій

ЮНЕСКО/РЄ/ЄС, кіберпростір повинен відображати та вдосконалювати культурну та мовну багатоманітність світу і заохочувати міжнародне співробітництво; знання є глобальним суспільним благом, доступ до якого забезпечується відповідно до принципів вільного обміну інформацією.

Доступ до ресурсів Internet повинен підвищувати ступінь демократичної участі та стати сучасним засобом реалізації універсального принципу свободи вираження поглядів. У Заяві Конгресу рекомендовано, щоб ЮНЕСКО, у співробітництві з іншими міжнародними організаціями:

- виступала на захист вираження поглядів та охорони приватного життя в кіберпросторі, а також у традиційних засобах інформації;

- надавала підтримку всім заходам, що вживаються з метою подолання бар'єрів між інформаційно багатими та Інформаційно бідними країнами і спільнотами;

- сприяла доступу до інформації, яка є суспільним надбанням;

- сприяла освіті та підготовці фахівців з високих технологій;

- стимулювала проведення міждисциплінарного обговорення всіх етичних наслідків нових комунікаційних технологій;

- виступала на підтримку дій, що здійснюються з метою попередження злочинів у кіберпросторі;

- вживала заходів, що дають змогу кожному індивідууму, кожній культурі та кожній мові робити внесок у скарбницю глобальних знань за програмою «Пам'ять світу».

Міжнародний Конгрес ЮНЕСКО з етичних, правових та соціальних проблем кіберпростору «Інфоетика–2000»<sup>229</sup>, який відбувся у Парижі 13-15 листопада 2000 р. за участю урядовців, дипломатичного корпусу, офіційних представників міжнародних універсальних та неурядових організацій, Міжнародної академії прогресивного права, науковців, представників бізнесових кіл із 70 країн світу, розглянув складні питання

---

<sup>229</sup> Макаренко С. А. Міжнародні інформаційні відносини: монографія / С. А. Макаренко. – К.: Наша культура і наука, 2002. – 452 с.

використання англомовного інформаційного ресурсу, що забезпечує міжнародний статус і домінування однієї мови в глобальному середовищі.

Європейські мови можуть набути статусу регіональних, що призведе до появи інформаційно-дискримінованих суспільств, негативних соціальних, культурних та правових наслідків. Упродовж круглих столів розглядали проблеми правової регламентації безпеки й охорони приватної і конфіденційної інформації. На засіданні обговорювалися актуальні питання міжнародного співробітництва, із становленням відкритого та орієнтованого на потреби міжнародної спільноти інтелектуального суспільства. Головною метою конгресу було визначено продовження дебатів з усіх аспектів інфоетики та узгодження політичних і правових засад міжнародного співробітництва у галузі інформаційно-комунікаційних технологій. Обговорення проводилось за наступними темами:

- роль державної політики інформатизації, роль державної влади у доступі до інформації;
- концепція правомірного (добросчесного) використання е-ресурсів та е-технологій в інформаційному суспільстві;
- захист честі і гідності людини в добу цифрових технологій.

У політичних дискусіях (було заслухано 38 доповідей учасників, представників міжнародних організацій та організаторів Конгресу) підкреслювалося, що проблеми становлення глобального інформаційного суспільства і правового регулювання нового інформаційного середовища потребують узгоджених дій урядів, політичних лідерів, промислового сектору та громадськості як розвинених країн світу, так і країн, що розвиваються. У доповідях наголошувалось на необхідності збереження і посилення в інформаційному суспільстві гарантій дії міжнародних принципів прав людини, визнання права доступу до інформації суспільного значення та до інформаційних технологій у всіх країнах основним правом у кіберпросторі. Спеціальні аналітичні дослідження та висновки регіональних відділень ЮНЕСКО з інфоетики (Азія, Африка, Тихоокеанський регіон, Латинська

Америка) підтвердили, наскільки складними є взаємозв'язки етичних, правових та суспільних складових використання нових технологій, визначили пріоритетні напрямки діяльності ЮНЕСКО в цій сфері до проведення Всесвітнього Конгресу ЮНЕСКО з інформаційного суспільства у 2003 р.

У доповідях за темою «Роль державної влади у доступі до інформації» відзначалося, що владні структури (як центральні, так і місцеві уряди) є найважливішим джерелом суспільної інформації і відіграють вирішальну роль у визначенні правил доступу до неї. Інформація суспільного характеру формує «спільне інтелектуальне надбання» міжнародного співтовариства, яке є основою інформованого глобального суспільства і тому має бути доступним для всіх (складати «суспільне володіння», а не мати ексклюзивний приватний характер).

Роль органів державної влади у забезпеченні доступу до інформації полягає в тому, щоб визначити поняття інформації як суспільного надбання і концепцію всезагального доступу до інформації в глобальному контексті з метою сприяння суспільному добробуту, для освітніх, культурних та соціальних потреб, з одночасним заохоченням приватної ініціативи і забезпеченням захисту законних економічних інтересів.

На Конгресі «Інфоетика-2000» було прийнято рішення про здійснення глобального аналітичного дослідження з права інтелектуальної власності в інформаційному суспільстві і встановлення нових принципів та стандартів з урахуванням інтересів усіх зацікавлених сторін, включаючи держави, суспільні інституції, власників інтелектуальної власності, окремих фізичних осіб. Також було запропоновано створити під егідою ЮНЕСКО Міжнародний орган спостереження для розгляду результатів представлення технологічних засобів для охорони авторського права, на доступ до суспільної інформації і здійснення обмежень на авторське право; провести міжнародний опис законодавчих актів, регламентаційних законів, планів дій та програм подальшого розвитку і поширення суспільної інформації в тісному співробітництві з провідними організаціями у цій сфері, зокрема, СОТ/ГАТТ, ВОІВ.

Міжнародні експерти та країни-члени ЮНЕСКО висловили занепокоєння щодо проблеми захисту репутації, честі і гідності людини в інформаційну добу, що знайшло вираження у пропозиціях застосувати до цифрових технологій правову норму ст. 19. Загальної декларації прав людини (вільний до інформаційних ресурсів та вільний обмін інформацією), одночасно підкреслюючи, що важливими атрибутами інформаційних магістралей визначено безпеку (змісту), інформаційне суспільство, політика, право в програмній діяльності ЮНЕСКО у достовірність і надійність інформаційних ресурсів.

У заяві Конгресу «Інфоетика-2000» учасники зустрічі закликали до політичних рішень з проблеми глобального доступу, міжнародного обміну інформацією та встановлення багатомовності в Інтернеті та визначили проведені консультації важливим етапом процесу, який веде до прийняття міжнародних норм, заснованих на концепції всезагального рівноправного доступу до глобальних інформаційних ресурсів<sup>230</sup>.

28 травня 2003 р. Комітет міністрів Ради Європи прийняв *Декларацію свободи Інтернет-комунікацій*<sup>231</sup>. Основною метою прийняття документа є досягнення необхідного балансу між мережевою свободою вираження поглядів та інформації, з одного боку, і «іншими правами, гарантованими Європейською конвенцією про права людини, такими як захист дітей від невідповідного контенту», а також необхідність боротьби з кіберзлочинністю, з іншого.

У Декларації проголошують сім основних принципів, згідно з якими слід підходити до проблем, що стосуються інформації в Інтернеті. Варто, однак, підкреслити, що вимоги Декларації в кожному конкретному випадку повинні узгоджуватися з національним законодавством, вимогами національної безпеки, міркуваннями територіальної цілісності та іншими державними цінностями.

---

<sup>230</sup> Макаренко С. А. Міжнародні інформаційні відносини: монографія / С. А. Макаренко. – К.: Наша культура і наука, 2002. – 452 с.

<sup>231</sup> Декларація свободи Інтернет-комунікацій [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://cedem.org.ua/library/deklaratsiya-pro-svobodu-komunikatsij-v-internet/>



Принцип 1. Неможливість встановлення більших обмежень для контенту в Інтернеті, ніж для інших засобів масової інформації

Принцип 2. Заохочення саморегулювання щодо контенту в Інтернеті. Саморегулювання – значить, регулювання суспільне, а не державне.

Принцип 3. Неможливість заборони доступу (блокування або фільтрації) будь яких ресурсів в Інтернеті, незалежно від кордонів. Однак, принцип неможливості заборони не поширюється на дітей.

Принцип 4. Неможливість ліцензування або інших обмежень на створення веб-сайтів.

Принцип 5. Заохочення вільного ринку Інтернет-послуг, неможливість встановлення для провайдерів спеціальних дозвільних обмежень або обмежень на доступ до телекомунікаційних мереж.

Принцип 6. Неможливість залучення провайдерів до відповідальності за контент, який вони передають або зберігають, і неможливість зобов'язати їх моніторити цей контент.

Принцип 7. Допустимість збереження анонімності користувачів Інтернету.

Дискусії щодо регулювання кіберпростору викликають неоднозначну реакцію держав, спеціалістів та користувачів глобальної комп'ютерної мережі. Досить згадати Хартію спільноти Internet, в якій проголошуються свобода кіберпростору від будь-якого правового регулювання і вільний обіг інформації, а також принципи моральних зобов'язань користувачів і виробників інформаційних послуг та продуктів (кодекси поведінки в Internet). Та все ж Internet як система міжнародної комунікації досяг такого рівня розвитку і впливу на міжнародне співтовариство, який потребує міжнародного втручання у вигляді застосування принципів і норм для регулювання інформаційної діяльності в кіберпросторі.

## § 4. Інформаційна етика в Європейському Союзі

Принципи, на яких побудована інфоетика країн ЄС, є універсальними й основоположними, а саме: правдивість, об'єктивність, соціальна відповідальність, чесність, доступність інформації, повага до приватного життя й людської гідності, повага до громадських інтересів, повага до загальнолюдських цінностей і розмаїття культур, сприяння усуненню війн, іншого зла людства, відкритість ЗМК.

Етика – невід'ємна частина стратегії досліджень ЄС. Це повною мірою продемонстровано в Плані дій Комісії «Наука та суспільство» (the Commission's Science and Society Action Plan). Зокрема Розділ 3 «Відповідальна наука в центрі вироблення політичних рішень» (Responsible science at the heart of policy-making) складається із таких трьох частин: етична сторона в науці та нових технологіях; управління ризиками; застосування експертизи. Зокрема, статті 29-34 цього розділу рекомендують такі дії<sup>232</sup>:

- стаття 29: створення обсерваторії інформації та документації;
- стаття 30: започаткування відкритого діалогу між усіма зацікавленими сторонами для стимулювання обміну думками та ідеями з широкого кола критичних етичних питань;
- стаття 31: розроблення курсів та тренінгів для підвищення обізнаності дослідників у галузі етики;
- стаття 32: стимулювання мережі комітетів з етики на національному та місцевому рівнях;
- стаття 33: розвиток міжнародного діалогу з принципів етики через конференції та семінари;
- стаття 34: стимулювання мережі комітетів з питань благополуччя тварин та навчання молодих науковців розв'язувати такі проблемні питання.

---

<sup>232</sup> Європейська інтеграція : навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. [С. В. Федонюк та ін.] / За ред. С. В. Федонюка, В. Й. Лажніка. Вид. 2-е, переробл. й доповн. – Луцьк : Волин. нац. ун-т ім. Лесі Українки, 2010. – С. 544-549.

У Рамкових програмах ЄС приділяють особлива увага етичним аспектам досліджень, адже ЄС заснований на ґрунті спільних цінностей, проголошених в Хартії ЄС про основні права (European Charter of Fundamental Rights). Ці цінності включають необхідність гарантувати свободу дослідження та необхідність працювати в інтересах фізичної та моральної недоторканості особистостей. Одне із завдань служб Комісії – проаналізувати через етичні огляди, чи поважаються ці цінності в дослідницькій діяльності, що фінансується Рамковими програмами.

Уся науково-дослідна діяльність, яка підтримується рамковою програмою, повинна поважати основні етичні принципи, включаючи ті, що відображені в Хартії ЄС про основні права та зважати на оцінку Європейської групи з етики в науці та нових технологіях. Зокрема заборонено фінансування галузей наукової діяльності, які націлені на клонування людини з репродуктивною метою, що мають намір модифікувати генетичну спадщину людських істот і ці зміни можуть передаватися спадково; прагнуть створити людські ембріони суто для дослідницьких цілей чи продажу стовбурових клітин. Дослідження стовбурових клітин (дорослих та ембріональних) можуть фінансуватися залежно від наукової пропозиції та правових рамок зацікавлених держав-учасниць. Будь-яка заявка на фінансування такого дослідження повинна містити деталі ліцензування та контрольних заходів, що будуть вжиті компетентними органами держав-членів, а також деталі етичного схвалення. Дослідження повинні брати до уваги Протокол із захисту та благополуччя тварин і скоротити використання тварин в дослідженнях та тестуваннях.

Усі пропозиції, які подаються на розгляд Європейської комісії з проханням про фінансування, повинні містити розділ, в якому йдеться про етичні питання, що підіймаються проектом, звертаючи особливу увагу на методологію, цілі, можливе застосування результатів та як ці проблеми будуть вирішені відповідно до національних, європейських та міжнародних постанов.

Зовнішні незалежні експерти оцінюють якість та технологічну доцільність проектів. Комісія вважає, що дослідження містить делікатні етичні питання, якщо воно торкається:

- дітей та інших людей, неспроможних дати згоду;
- використання людських тканин (ембріональних зокрема);
- використання генетичних та інших делікатних персональних даних;
- використання приматів та генетично модифікованих тварин;
- потенційної можливості використати результати дослідження у військових чи терористичних цілях тощо.

Автоматично здійснюється перегляд проектів, які передбачають втручання в людську істоту і/чи використання людських ембріональних стовбурових клітин. У цьому разі обрані експерти індивідуально вивчають пропозиції проекту, а потім в Брюсселі проводиться погоджувальне засідання.

Останнім часом зростає важливість етичних питань в дослідженнях, пов'язаних з ІКТ та технологічною еволюцією. Директива 95/46/ЄС Європейського Парламенту та ради від 24 жовтня 1995 р. охоплює питання захисту особистості щодо оброблення персональних даних та вільного руху цих даних. За цією Директивою створена робоча група як незалежний дорадчий орган ЄС з питань захисту даних та приватності (EU Advisory Body on Data Protection and Privacy), яка надає комісії експертну оцінку на рівні держав-членів з питань захисту даних. Узгоджено законодавство із захисту даних для усунення потенційних перешкод потоку персональних даних через кордони та гарантування високого рівня захисту в межах ЄС. Комісія ініціює діалоги з державами не-членами ЄС для забезпечення високого рівня захисту персональних даних, що експортуються у ці країни; а також сприяє дослідженням у галузі державного захисту даних на Європейському та міжнародному рівнях. Створена регулярна рубрика ETHICOL (публікується в журналі Інституту управління інформаційних систем (the Journal of the Institute for the Management of Information Systems)), мета якої – підіймати поточні

питання етичної та соціальної відповідальності в дослідженнях, розвитку та застосуванні інформаційних та комунікаційних технологій.

У 1999 р. Р. Капурро створив Міжнародний центр інформаційної етики (International Center for Information Ethics), який починався як мала група друзів та колег, але невдовзі розвинувся в міжнародну міжкультурну платформу по всьому світі. Зараз це науковий веб-сайт з інформаційної етики, де обмінюються науковою та викладацькою інформацією з цієї галузі. Доступ безкоштовний для всіх, хто бажає поділитися своїми знаннями та ідеями з усіма зацікавленими.

Форум національних рад з етики (Forum of National Ethics Councils (NEC Forum)) складається з голів та секретарів Національних рад з етики; це незалежна неофіційна платформа для обміну інформацією, досвідом та найкращою практикою з питань спільної сфери інтересів у галузі науки та етики. Форум слідує методу «відкритої координації», його засідання проводяться в одній із країн-членів Національних рад з етики, куди запрошуються президент Європейської групи з етики та президент Бюро СОМЕТН (Ради Європи).

СОМЕТН (European Conference of National Ethics Committees) Європейська конференція національних комітетів з етики ставить собі за мету:

- сприяти співпраці між національними комітетами з етики, зокрема заохочувати до обміну інформацією та досвідом для розвитку європейської бази даних, проведення досліджень з питань спільних інтересів та організації зустрічей на європейському та регіональному рівнях;

- допомагати країнам у створенні та керівництві власними національними комітетами з етики;

- на плюралістичній основі сприяти публічному обговоренню етичних питань, які постають з розвитком біології, медицини та охорони здоров'я<sup>233</sup>.

---

<sup>233</sup> Європейська інтеграція : навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. [С. В. Федонюк та ін.] / За ред. С. В. Федонюка, В. Й. Лажніка. Вид. 2-е, переробл. й доповн. – Луцьк : Волин. нац. ун-т ім. Лесі Українки, 2010. – С. 544-549.

Конференція складається із представників національних комітетів з етики (чи еквівалентних органів) країн-членів Ради Європи.

Завдання Бюро Європейської конференції національних комітетів з етики – гарантувати більшу публічність роботи, що здійснюється Конференцією.

Інформаційні та комунікаційні технології не тільки різко змінили поведінку людини, спосіб життя та міжособистісні відносини, але і сприйняття і поняття самого суспільства і інформації, яка може бути зібрана про осіб з або без їхньої згоди. Технологічні зміни також впливають на аспекти сучасного суспільства, такі як електронне урядування, електронна комерція, електронна охорона здоров'я, електронна освіта, телеробота та електронне голосування, телефонний зв'язок, політична діяльність, права споживачів, приватна (інтелектуальна) власність, демократія і т.д.

Для того щоб забезпечити аналіз етичних проблем, слід розглянути етичні рамки Європейського Союзу, які зазначено в Лісабонському договорі і Європейській Хартії про основні права. У документі ЄС «Етика інформаційних та комунікаційних технологій» («Ethics of Information and Communication Technologies», 2012 р.) етичні проблеми у використанні ІКТ об'єднані у чотири рубрики:

- 1) ідентифікація людина за використанням ІКТ, а також розвиток та / або переосмислення особистості в засобах масової інформації;
- 2) зміни в соціальній сфері, зокрема, соціальних відносинах, культурі, освіті, навколишньому середовищі і електронному урядуванні;
- 3) нові можливості політичної участі та практики громадськості з використанням ІКТ;
- 4) сфера електронної комерції.

Європейська група з етики в науці та нових технологіях – нейтральний, незалежний, плюралістичний та мультипредметний орган, що складається із 15 експертів (фахівців з права, теології, філософії, медицини тощо), призначених президентом Комісії за їх досвід та особисті якості. Групу очолює президент і віце-президент, які обираються групою серед її членів. Завдання

Групи – вивчати етичні питання, що виникають внаслідок розвитку науки та нових технологій, і на цій основі пропонувати Європейській комісії Оцінки для підготовки та втілення в життя законодавства чи політики Союзу. Перед прийняттям чергової Оцінки проводиться круглий стіл, на який для участі в дискусії крім членів Групи також запрошуються представники інституцій ЄС, експерти з конкретної галузі, сторони, що представляють різні інтереси, включаючи неурядові організації, організації пацієнтів та споживачів, зацікавлені сторони з промислового сектору.

Рекомендації Європейської група з етики мають загальний характер і включають доступ до ІКТ, ідентичність, електронну комерцію, недоторканність приватного життя, захист даних і ряд соціальних питань, пов'язаних з використанням ІКТ в ЄС і у всьому світі. Норми, вказані в Директиві Європейського Союзу, формують етичну основу для рекомендацій. Так, у ст. 2 зазначено, що Союз заснований на цінностях поваги людської гідності, свободи, демократії, рівності, верховенства закону і поваги до людини, включаючи права осіб, що належать до меншин. Ці цінності є спільними для держав-членів ЄС у суспільстві, в якому переважають плюралізм, відсутність дискримінації, терпимості, справедливості, солідарності та рівності між жінками та чоловіками.

Ст. 3 підкреслює: «метою Союзу є сприяння миру, його цінностям і добробуту своїх народів; <...> Союз встановлює внутрішній ринок. Всі повинні працювати в інтересах сталого розвитку ЄС на основі збалансованого економічного зростання та стабільності цін, висококонкурентного ринку, соціальної економіки, спрямованій на забезпечення повної зайнятості та соціального прогресу і високого рівня захисту навколишнього середовища. Цьому повинен сприяти науково-технічний прогрес. ЄС повинен боротися з соціальною ізоляцією та дискримінацією, сприяти соціальній справедливості і захисту, рівності між жінками та чоловіками, солідарності між поколіннями та захисту прав дитини. Освіта повинна сприяти економічній, соціальній і територіальній згуртованості і солідарності між державами-членами <...> У

своїх відносинах із зовнішнім світом, Союз повинен підтримувати і просувати свої цінності та інтереси і внести вклад в захист своїх громадян».

Європейська Хартія основних прав вимагає, щоб кожен мав можливість зробити внесок у формування європейського суспільства, яке, звичайно, включає використання ІКТ. Захист принципу рівності актуальний в декількох областях життя людини, такі, як освіта, робота, торгівля та охорона здоров'я. Європейська група з етики пропонує взяти активну участь і розширення доступу до ІКТ у європейських суспільствах, зберігаючи при цьому доступ до основних соціальних послуг для громадян, які бажають використовувати інструменти ІКТ або не використовувати їх, в силу технічних, освітніх або соціально-економічних причин. Європейська група з етики рекомендує ЄС забезпечувати та заохочувати право на доступ до Інтернету. ЄДІ підкреслює, що цей підхід слід також заохочувати на міжнародному рівні з особливою увагою до менш розвинених регіонів світу. Європейська група з етики вимагає затвердження освітніх програм, що дозволяють людям розвивати технічну та/або цифрову грамотність, використовувати інструменти для спрощення застосування ІКТ і підвищення комп'ютерної грамотності населення ЄС, звертаючи увагу на вимоги осіб з особливими потребами<sup>234</sup>.

Концепція особистості – це виявлення достовірності особи користувача, який бере участь у декількох заходах. Європейська група з етики звертає увагу на кілька етичних проблем, які вимагають подальшого аналізу і експертизи в зв'язку з питанням ідентичності, і Група рекомендує ряд дій:

Група вважає, що в цілях підтримки відповідального використання ІКТ, ЄС слід підтримувати розвиток освітніх інструментів, спрямованих на створення і розвиток «соціальної грамотності» серед користувачів, включаючи підтримку особистої відповідальності. Програми повинні бути спрямовані на сприяння повазі, терпимості та чутливості при спілкуванні в цифровому світі;

---

<sup>234</sup> The European Group on Ethics in Science and New Technologies [Electronic resource]. – Available at: <https://ec.europa.eu/research/ege/index.cfm>



Європейська група з етики вважає, що необхідні додаткові заходи безпеки для дітей та підлітків, з метою забезпечення безпечних умов, в яких навчаються і грають. Таким чином, Група рекомендує, щоб заходи з підвищення обізнаності для дітей, підлітків, їх батьків та вчителів були включені в ЄС освітніх програм і заходів політики;

Європейська група з етики рекомендує ЄС надає засоби для зміцнення відповідальності серед тих, хто використовує ІКТ і тих, хто надає послуги;

Європейська група з етики наводить приклади досліджень, які демонструють психологічні наслідки використання ІКТ на розвиток особистості. Група рекомендує вжити заходів для підвищення обізнаності про ці зміни шляхом заохочення і фінансування подальших досліджень, зокрема, моніторинг впливу ІКТ на розвиток і концепції ідентичності в програмі Horizon – 2020. Необхідно сприяти застосуванню інновації у сфері ІКТ.

Концепцію приватного життя досить важко пояснити, хоча багато людей зберігають «почуття самоти», тобто розуміння того, що певні аспекти їхнього життя або бізнесу не стосуються нікого, крім них. Ця точка зору увійшла як право людини бути залишеним у спокої або бар'єр проти вторгнення із зовнішнього світу.

У січні 2012 р. група запропонувала наступні рекомендації<sup>235</sup>:

- Група рекомендує, щоб характеристики, які відповідають даним персональних даних уточнювалися з урахуванням актуальності для різних видів використання ІКТ (таких як IP-адреси, унікальні номери RFID, геодані про місцезположення);

- зважаючи на технологічні й інші суспільні події, існує необхідність переглянути існуючі положення про конфіденційність даних, вивчити питання про інші категорії даних для подальшого уточнення умов для їх обробки. Це стосується, наприклад, генетичних та біометричних даних;

---

<sup>235</sup> The European Group on Ethics in Science and New Technologies [Electronic resource]. – Available at: <https://ec.europa.eu/research/ege/index.cfm>

- прозорість є однією з основних умов для можливості здійснювати контроль над своїми даними і забезпечити ефективний захист персональних даних. Тому дуже важливо, щоб люди були добре і чітко поінформованими, у простій і прозорий спосіб про те, як і ким їх дані збираються і обробляються, з яких причин, на який строк і які їхні права, якщо вони хочуть мати право доступу, виправлення або видалення своїх даних;

- персональні дані повинні оброблятися на основі явно висловленої згоди відповідної особи;

- згода має бути дана за допомогою будь-якого відповідного способу, що дозволяє вільно дати конкретні й однозначні вказівки побажання суб'єкта даних, гарантуючи, що люди повністю усвідомлюють, що вони дають свою згоду. Мовчання чи бездіяльність не являє собою згоди. Заборонене будь-яке використання / передача даних для іншої мети, ніж та, на яку погодився суб'єкт даних (наприклад, електронної комерції або поліції);

- згода завжди може бути відкликана без негативних наслідків для суб'єкта даних. Суб'єкт повинен мати право вимагати, щоб його особисті дані були стерті і не потрапили в подальшу обробки. В інформованій згоді слід уточнити умови, за яких видалення не представляється можливим;

- діти та вразливі категорії дорослих заслуговують особливого захисту персональних даних, так як вони можуть бути менш поінформовані про ризики, наслідки, про гарантії їхніх прав у зв'язку з обробкою персональних даних;

- Група підтримує ідею, що лежить в основі так званого «права бути забутим» в он-лайн середовищі. Європейська група з етики рекомендує, що право на видалення персональних даних має бути розширено таким чином, що публічно доступні копії або реплікації могли бути вилучені.

Реалізація принципів справедливості і недискримінації є ключовим чинником у сприянні використанню ІКТ в різних соціальних сферах, починаючи від електронного уряду до електронної охорони здоров'я. У сучасному суспільстві, домінують технології і більшість з нас визнає, що постійно мінливі технології трансформуються, або мають потенціал для

перетворення. Є ті, хто через безліч причин вирішили не брати участь в цифровому житті, цей вибір слід поважати. Тим не менше, як наслідок, охочі включити ІКТ в своє повсякденне життя все частіше будуть бачити, що їх вибір обмежується в епоху цифрових технологій.

В інтересах інтеграції та солідарності на суспільство в цілому покладено відповідальність для підтримки надання альтернативних засобів задоволення зобов'язань, принаймні, в короткостроковій і середньостроковій перспективі. Для того щоб гарантувати право громадян відігравати активну роль у європейському суспільстві, поважаючи їх вибір, Європейська група з етики дає наступні рекомендації:

- вжити заходів для безпосереднього надання субсидії для знедолених і маргінальних груп, щоб забезпечити інклюзію в повноцінну гру та активну роль в цифровому суспільстві;

- спільно з міжнародними партнерами приймати стратегії, які передбачають заходи для ефективного використання доступу . Це включає в себе забезпечення людей навичками й мотивацією, щоб використовувати потенціал ІКТ в рамках освітніх і навчальних програм, якими займаються особи в процесі навчання.

Використання ІКТ необхідно контролювати й ефективно керувати як працівникам, так і роботодавцям. Європейська група з етики закликає ЄС заохочувати і підтримувати організації розробити чітку політику для забезпечення оптимального використання ІКТ при дотриманні роботи та особистого життя.

Щодо політичної участі ІКТ можуть мати вплив на формування політичної сфери. Викликає занепокоєння право громадян на безкоштовну інформацію та цензуру в Інтернеті. Через масивний вплив ІКТ в сучасному суспільстві уряди в усьому світі прагнуть взаємодіяти з інтернет-простором новими інструментами: фільтрації і блокування, вимоги до реєстрації, нагляду повноважень, відповідальності посередників, і т.д.

Європейська група з етики рекомендує наступне:

- необхідність збереження вільного і нейтрального простору. Ця свобода не має суперечити фундаментальним етичним цінностям ЄС;

- Інтернет повинен залишатися областю зв'язок, де свобода слова захищена від цензури в рамках Хартії основних прав;

- необхідність того, щоб державами-членами ЄС та відповідними зацікавленими сторонами підтримувалися прозорі моделі прийняття рішень. Це стосується всіх нормативних ініціатив у сфері ІКТ.

Група наголошує на необхідності захищати права та інтереси громадян Європи, тому вона вітає підхід, запропонований Європейською комісією з корпоративної соціальної відповідальності, де зазначено, що підприємства повинні виконувати свої обов'язки в процесі інтеграції соціальної, екологічної, етичної сторін прав людини і споживача. Європейська група з етики також підтримує дії ЄС зі збереження мережевого нейтралітету, проте підкреслює необхідність застосовувати міри відповідальності. Європейська група з етики визнає, що необхідно знайти баланс між комерційним і некомерційним використанням ІКТ. Європейська група з етики рекомендує Європейській комісії<sup>236</sup>:

- 1) за допомогою свого законодавства про захист даних, переконатися, що соціальні мережі захистять дані, представлені користувачами;

- 2) навчати користувачів таким чином, щоб вони розуміли, що більшість соціальних мереж є некомерційними організаціями, яким необхідно використовувати дані для комерційних цілей;

- 3) використовувати всі доступні засоби, щоб убезпечити соціальний простір від комерційної експлуатації, для тих користувачів, які вибирають його, визнаючи, що користувачам доведеться заплатити за цей привілей.

Незважаючи на переваги Internet, потребують регулювання негативні наслідки застосування комунікаційних технологій. У зв'язку з цим, Рада телекомунікацій Європейської комісії прийняла Резолюцію (1996 р.) про

---

<sup>236</sup> The European Group on Ethics in Science and New Technologies [Electronic resource]. – Available at: <https://ec.europa.eu/research/ege/index.cfm>

запобігання поширенню в Internet інформації незаконного змісту, шкідливої для морального здоров'я суспільства. ЄК ЄС усвідомлює важливість цієї проблеми і намагається встановити баланс між вільним потоком інформації та гарантіями захисту суспільних інтересів.

У Резолюції також зазначається, що необхідно розрізняти поняття незаконного та шкідливого змісту: поняття шкідливого змісту залежить від культурних традицій, а поняття незаконного змісту – від чинного законодавства. Гарантії належного балансу між інтересами реалізації права основних прав людини і захистом суспільства від кіберзлочинів викладено у Європейській конвенції з кіберзлочинності (Будапешт, 2001р.), яку підписали країни-члени Ради Європи та інші зацікавлені країни. У документі визначено основні дефініції, класифіковано неправомірні дії як злочини у кіберпросторі, (зокрема, незаконний доступ, незаконне підслуховування, несанкціоноване втручання, комп'ютерне шахрайство, поширення матеріалів незаконного змісту, порушення авторського права), встановлено принципи міжнародного співробітництва пов'язані з екстрадицією, взаємодопомогою у слідчих діях, що свідчить про актуальність проблеми правового регулювання кіберпростору у сучасному світі.

У деяких європейських країнах прийняті (або існують в проекті) закони, що дають можливість притягнути до відповідальності провайдерів хостових послуг за розміщення на їхніх сайтах інформації незаконного змісту; деякі правила обмежують доступ провайдерів до таких джерел інформації. Мережеві оператори не можуть бути притягнуті до відповідальності за зміст інформації, яка передається мережами, однак вони зобов'язані на умовах виданих ліцензій вжити необхідних заходів щодо користувачів і клієнтів, які використовують мережі для передачі інформації незаконного змісту. В країнах ЄС існує практика саморегулювання хостових послуг: наприклад, у Великій Британії (Фонд «Безпечна Мережа»), у ФРН і Нідерландах прийняті кодекси поведінки та створені незалежні органи саморегулювання, які розробляють етичні стандарти для змісту інформації та класифікації незаконної інформації.

Класифікація інформації незаконного змісту викладена так: використання телекомунікаційних засобів для поширення образливої чи непристойної інформації користувачами підліткового віку; свідоме надання телекомунікаційних послуг для поширення незаконної інформації відповідно до пункту 1; свідоме надання інтерактивних комп'ютерних послуг незаконного змісту.

Цифрові права заслуговують на такий же захист, як і фундаментальні права людини. Такої думки дотримується Європейський парламент у Страсбурзі, який підтримав доповідь «Стратегія цифрових свобод у зовнішній політиці» (2013 р.)<sup>237</sup>. Доповідь підтвердила, що «незаборонений доступ до відкритого Інтернету, мобільні телефони та інформаційно-комунікаційні технології (ІКТ) вплинули на права людини та фундаментальні свободи, викликавши збільшення можливостей через розширення меж свободи слова, доступу до інформації, права на приватність і свободи об'єднань у всьому світі».

71 пункт, висвітлений у доповіді, охоплює багато спірних питань, що стосуються цифрового середовища, таких як соціальні медіа, що «надають урядам можливості для прямої дипломатії» та ІКТ, що у конфліктних регіонах «сприяють діяльності з підтримки миру на рівні громадянського суспільства». Доповідь також наголошує на потребі прозорого та спільного прийняття рішень у політичних обговореннях щодо всесвітньої павутини, акцентуючи увагу на важливості заохочення поваги до відкритої і колективної природи Інтернету. Це потрібно і для підтримки мережевої нейтральності й принципу, згідно з яким Інтернет провайдери «не вчиняють блокування, дискримінації, пошкодження чи перешкоджання, у тому числі через цінову політику, можливостей будь-якої особи використовувати послуги з метою доступу, використання, надсилання, розміщення, отримання або пропозиції будь-якого контенту, додатку чи послуг на вибір цієї особи, незалежно від джерела чи мети».

---

<sup>237</sup> European Parliament Resolution on a Digital Freedom Strategy in EU Foreign Policy [Electronic resource]. – Available at: <http://www.europarl.europa.eu/sides/getDoc.do?type=REPORT&reference=A7-2012-0374&language=EN>

Доповідь описує, яким чином нові технології часто використовуються у країнах з режимом диктатури на порушення прав людини через цензурування, цифрове спостереження та відслідковування діяльності користувачів Інтернету, щоб їх арештувати або змусити мовчати. Аби спрямувати європейську політику проти цих неприпустимих актів порушення демократії, доповідь закликає до «заборони експорту репресивних технологій та послуг авторитарним режимам» і просить Європейську комісію «звернути увагу на те, що є країни, де поширені репресії і контроль за населенням, громадянським суспільством і активістами, у той час як в інших країнах бізнес тримає в руках зростаючий технологічний компонент, що використовується з метою блокування контенту, моніторингу та виявлення захисників прав людини, журналістів, активістів та дисидентів». Окрім того, доповідь закликає Комісію «виступити проти криміналізації законного висловлення поглядів в онлайні». Беручи до уваги останні події у Сирії та багатьох інших країнах, де Інтернет використовувався, щоб допомогти в організації протестів, це питання належить до найбільш термінових.

Цифрові свободи, як зазначається у доповіді, слід повністю брати до уваги у відносинах ЄС з третіми країнами, щоб ЄС перетворився на світового гравця у сфері захисту нових прав, генерованих новими технологіями.

## § 5. Інформаційна культура

Інформаційна етика пов'язана з таким поняттям як «інформаційна культура». **Інформаційна культура**<sup>238</sup> – це поєднання цінностей, установок, поведінки, знань і навичок, які сприяють розумному використанню зовнішньої інформації й спонукають до її широкого розповсюдження й коректного використання. Це – культура колективного обміну, яка знаходиться посеред інформації, комунікації, освіти й комп'ютерних наук.

Виділяють такі підходи до розуміння цього поняття:

---

<sup>238</sup> Карпчук Н. Інформаційна культура спічрайтера / Н. Карпчук // Політичне життя. - № 1. – 2018. – С. 97-102.

- інформаційна культура тісно пов'язана з інформаційними технологіями, інформаційними системами й цифровим світом; при цьому інформаційну технологію розглядають як посередника на шляху до інформаційної культури;

- інформаційну культуру пов'язують з грамотністю;

- інформаційна культура переплітається з інформаційною етикою; інформаційна культура відповідає за несвідому поведінку.

У закордонній науковій літературі існує кілька визначень інформаційної культури:

1. У книзі «Управління інформацією для інтелектуальної організації: мистецтво сканування довкілля», Ч. В. Чу зазначає: «Інформаційна культура відображається у цінностях, нормах та практиці організації стосовно управління й використання інформації. Цінності – це глибокі уявлення про цілі та особливість організації й про те, як слід досягти цих цілей ... Норми похідні від цінностей, але мають більш безпосередній вплив на інформаційну поведінку. Норми – це правила або соціально прийняті стандарти, які визначають те, що є нормальним або очікуваним в організації. Практики – це повторювані моделі поведінки, що включають організаційні ролі, структури та форми взаємодії».

2. А. Каррі та К. Мур у статті «Оцінювання інформаційної культури – розвідувальна модель», визначають інформаційну культуру як: «культуру, в якій визнається цінність та корисність інформації в досягненні операційного й стратегічного успіху, де інформація є основою для прийняття організаційних рішень та інформаційних технологій, легко використовується як інструмент для ефективних інформаційних систем».

3. Дж. Олівер, вивчаючи організаційно-інформаційну культуру в установах дистанційного навчання в Австралії, Гонконгу та Німеччині стверджувала, що цінності, надані інформацією та ставлення до неї, є показниками «інформаційної культури» в межах організаційних контекстів; ці цінності та ставлення, ймовірно, формуються взаємодією всередині та між



різними рівнями організаційної культури – національними, професійними й корпоративними.

Вітчизняні науковці тлумачать інформаційну культуру так:

1. Е. Семенюк під інформаційною культурою розуміє інформаційний компонент людської культури в цілому, що об'єктивно характеризує рівень усіх здійснюваних у суспільстві інформаційних процесів та наявних інформаційних відносин.

2. В. Цимбалюк зазначає, що інформаційна культура – це якісна оцінка за певними критеріями рівня функціонування структурних одиниць суспільства (окремих індивідів, підрозділів, конкретної соціальної системи в цілому як сфери суспільних відносин) щодо скеровування технологічного забезпечення отримання, передавання, зберігання і використання інформації з метою досягнення узгоджених і визначених нормативно в суспільстві цілей, завдань, інтересів, потреб.

3. В. Кравець та В. Кухаренко пропонують широке та вузьку тлумачення поняття: у широкому сенсі «інформаційна культура» – це сукупність принципів і механізмів, що забезпечують взаємодію етнічних та національних культур, їх зв'язок у загальному досвіді людства; у вузькому значенні «інформаційна культура» – це оптимальні способи посилення на інформацію та представлення її споживачеві для вирішення теоретичних та практичних завдань; механізми вдосконалення технічного середовища виробництва, зберігання й передачі інформації; розробка системи навчання, підготовка людини до ефективного використання інформаційних засобів й інформації<sup>239</sup>.

Науковці виділяють три рівні інформаційної культури:

1) рівень особи – одна зі складових загальної культури людини, система знань й умінь, що забезпечують цілеспрямовану самостійну діяльність індивіда

---

<sup>239</sup> Карпчук Н. Інформаційна культура спічрайтера / Н. Карпчук // Політичне життя. - № 1. - 2018. - С. 97-102.

щодо оптимального задоволення власних інформаційних потреб з використанням як традиційних джерел інформації, так і новітніх ІКТ;

2) рівень окремих груп і спільнот – характеризує ступінь розвитку конкретних суспільств, націй, народностей, верств, груп за певними ознаками (освітніми, соціальними, професійними тощо) і проявляється в інформаційній поведінці й взаємодії людей;

3) рівень суспільства загалом – характеризує ступінь досконалості соціуму чи певної його частини в усіх можливих видах роботи з інформацією.

Інформаційна культура особи є основою і для інформаційної культури груп, спільнот, організацій, і суспільства загалом. Її критеріями можна вважати: вміння особи адекватно формулювати свою потребу в інформації; ефективно здійснювати пошук потрібної інформації в усій сукупності інформаційних ресурсів; переробляти інформацію і створювати якісно нову; вести індивідуальні інформаційно-пошукові системи, а також здатність до інформаційного спілкування і комп'ютерну грамотність. Інформаційна культура особи (і суспільства) повинна забезпечувати можливість безперервної освіти людини і підвищення її відповідальності за прийняті рішення. Інформаційна культура є засобом соціального захисту особи, здатної до самостійного нарощування знань, зміни сфери діяльності, регулювання власної поведінки на основі всебічного аналізу ситуації; вона також є засобом захисту суспільства від непродуманих дій людини, гарантом того, що принципові рішення у будь-якій сфері (соціальній, економічній, технологічній) приймаються лише після глибокого аналізу всієї наявної інформації.

Вважаємо, що належний рівень інформаційної культури спічрайтера дає змогу останньому створювати тексти, спроможні повести за собою людство, уникаючи при цьому маніпулятивного впливу. У сучасному суспільстві роль спічрайтера оцінюють дуже високо, бо за текстом, який він створює (особливо у сфері політики), майже завжди постає завищений статус промовця; до такого тексту завжди прикута більша увага, адже слова й ідеї можуть стати подією; до

вербальної презентації промови долучаються й інші фахівці, окрім спічрайтера й промовця.

К. Х'юз, экс-директор з комунікацій Білого дому, сформулювала сім правил для працівників комунікаційної сфери, як стосуються інформаційної культури:

*правило перше:* думати як адвокат Америки, не ховаючись від ризиків у спілкуванні з пресою,

*правило друге:* спиратися на слова офіційних осіб,

*правило третє:* думти локально, бо ключовою аудиторією є місцева,

*правило четверте:* спиратися на здоровий глузд, відповідаючи на природні катаклізми та трагедії,

*правило п'яте:* не робити політики,

*правило шосте:* уникати сюрпризів,

*правило сьоме:* шукати допомоги в професійному середовищі<sup>240</sup>.

Дж. Олівер запропонувала методику оцінки інформаційної культури<sup>241</sup>:

•перший рівень: повага до інформації як доказу (визнання й обізнаність з потребою управляти інформацією для забезпечення підзвітності); повага до інформації як знання (визнання й обізнаність з потребою управляти інформацією для збільшення знань); бажання ділитися інформацією (визнається як норма); довіра до інформації (якому джерелу первинної інформації слід довіряти більше: особам чи тексту);

•другий рівень: навички, знання, досвід у сфері роботи з інформацією (інформаційна й комп'ютерна грамотність, організаційні, ситуативні вимоги до інформації);

•третій рівень: інформаційна архітектура (композиційне оформлення тексту).

---

<sup>240</sup> Карпчук Н. Інформаційна культура спічрайтера / Н. Карпчук // Політичне життя. - № 1. - 2018. - С. 97-102.

<sup>241</sup> Oliver G. Organizational Culture for Information Managers / G. Oliver [Electronic resource]. - Chandos Publishing, 2011. - Available at: <https://www.sciencedirect.com/science/book/9781843346500>

Д. Марчанд, В. Кеттінгер і Дж. Роллінс, досліджуючи інформаційну культуру, ідентифікують шість типів інформаційної поведінки<sup>242</sup>:

1. Інформаційна єдність: використання інформації на основі об'єктивних принципів, якій можна було б довіряти.

2. Інформаційна формальність: бажання використовувати й довіряти саме офіційним джерелам.

3. Інформаційний контроль: використання інформації для управління і моніторингу діяльності.

4. Інформаційна транспарентність: готовність визнати помилки чи невдачі.

5. Спільне використання інформації: готовність поділитися інформацією з іншими.

6. Проактивність: активне використання нової інформації для привнесення змін і швидкої реакції на події.

Будь-який комунікативний фахівець повинен володіти такими етичними й професійними навичками:

- аналітичною майстерністю: спроможністю з'ясувати комунікаційні потреби й інтерпретувати їх у ключові повідомлення; володіння знаннями й навичками, необхідними для гарантування достовірності й надійності джерел інформації;

- комунікаційною майстерністю: розвиток і вдосконалення вмінь комунікації;

- етичною майстерністю: етичний і законний збір даних;

- мережевою майстерністю: не всю потрібну інформацію можна отримати з опублікованих ресурсів, найкращі результати може дати контакт з людьми. Якщо особа не може бути постачальником інформації, то, можливо, може направити до джерела інформації. Мережеві навички повинні добре поєднуватися з навичками етики та комунікації.

---

<sup>242</sup> Marchand D. Information orientation: the link to business performance / Marchand D., Kettinger W., Rollins J. [Electronic resource]. – New York : Oxford University Press, 2002. – Available at: <http://www.oxfordscholarship.com/view/10.1093/acprof:oso/9780199252213.001.0001/acprof-9780199252213>

Інформаційна культура включає оптимальні способи поводження з будь-якою інформацією та її представлення у вигляді, зручному для подальшого використання для вирішення теоретичних і практичних задач; технології виробництва, збереження, аналізу, пошуку та передачі інформації; розвиток системи навчання і підготовки людини до ефективного використання інформаційних засобів та інформації у професійній діяльності та побуті. Такій діяльності сприяє інформаційна грамотність.

**Інформаційна грамотність** – наявність знань і умінь для правильної ідентифікації інформації, необхідної для виконання певного завдання або вирішення певної проблеми; для ефективного пошуку інформації, її інтерпретації і аналізу, оцінки достовірності, в тому числі дотримання етичних норм і правил використання отриманої інформації; для передачі інформації та представлення результатів її аналізу іншим спеціалістам у зручному для них вигляді; для використання інформації для досягнення необхідних результатів, у тому числі для отримання нових знань.

**Інформаційна грамотність складається з таких знань і умінь:**

- уміння визначити, які джерела інформації і за яких умов можуть стати небезпечними; виявляти небезпечну інформацію чи небезпечні шляхи її використання;

- визначати, яка інформація потрібна для розв'язання проблеми і де її можна знайти; знати методи аналізу інформації, вміти добирати методи, які сприяють вирішенню проблемного завдання;

- визначати, коли і в який спосіб слід перевіряти інформацію на суперечливість; визначати найприйнятніший спосіб / способи перевірки інформації на достовірність, щоб зменшити ймовірність помилки;

- уміти добирати джерело інформації; розуміти, як уникнути ймовірної помилки, якщо доводиться використовувати дані з ненадійного джерела;

- уміти обарати й використовувати метод зберігання інформації й методи захисту інформації відповідно до її цінності й умов виконання завдання;

• вміти робити висновки й узагальнення; використовувати інформацію для отримання нових знань; визначати інформаційні потреби суспільства.

Більшість інформації ми отримуємо з різноманітних медіа-джерел, тому поряд з терміном «інформаційна грамотність» використовують дещо вужче поняття «медіа-грамотність».

**Медіа-грамотність** – це сукупність знань, навичок й умінь, які дають змогу аналізувати, критично оцінювати і створювати повідомлення різних жанрів і форм для різних типів медіа, а також розуміти й аналізувати складні процеси функціонування медіа в суспільстві, та їхній вплив. Медіа-грамотність уможливорює критичний аналіз медіа-повідомлень з тим, аби помічати там пропаганду, цензуру чи односторонність в новинах і програмах суспільного інтересу (і причини таких дій), а також розуміти, як такі чинники як особа власника медіа, модель фінансування впливають на інформацію і кут її подачі. Медіа-грамотність має на меті зробити людей досвідченими творцями і продюсерами медіа-повідомлень; розуміти переваги і обмеження кожного виду медіа, а також створювати незалежні медіа.

ЮНЕСКО позиціонує медіа- й інформаційну грамотність як комбінацію знань і навичок, необхідних сучасному суспільству в усьому світі. «Громадянам важливо розуміти функції медіа та інших джерел інформації, критично оцінювати їх контент, а також приймати обґрунтовані рішення – як користувачам, так і виробникам медіаконтенту та інформації».

ЮНЕСКО запропонувала п'ять принципів медійної й інформаційної грамотності<sup>243</sup>:

**Принцип 1.** Інформація, комунікація, бібліотеки, медіа, технології, Інтернет мають використовуватися суспільством критично. Вони рівні за статусом, і жодне з цих джерел не варто вважати більш значущим, ніж інші.

---

<sup>243</sup> ЮНЕСКО опублікувала п'ять принципів медійної та інформаційної грамотності [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://ms.detector.media/mediaprosvita/mediaosvita/yunesko\\_opublikovala\\_pyat\\_printsipiv\\_mediynoi\\_ta\\_informatsiynoi\\_gramotnosti/](http://ms.detector.media/mediaprosvita/mediaosvita/yunesko_opublikovala_pyat_printsipiv_mediynoi_ta_informatsiynoi_gramotnosti/)

**Принцип 2.** Кожен громадянин є творцем інформації / знань. Кожен має право на доступ до інформації / знань і право на самовираження. Медійна та інформаційна грамотність має бути для всіх – і для чоловіків, і для жінок, – і тісно пов'язана з правами людини.

**Принцип 3.** Інформація, знання й повідомлення не завжди є нейтральними, незалежними чи неупередженими. Будь-яка концептуалізація, використання і застосування вказаних принципів повинна зробити таке твердження прозорим і зрозумілим для всіх громадян.

**Принцип 4.** Кожен громадянин хоче отримувати і розуміти нову інформацію, знання і повідомлення та мати можливість на спілкування з іншими, навіть якщо він не висловлює це прагнення. Їх права на це ніколи не мають порушуватися.

**Принцип 5.** Медійна та інформаційна грамотність не набувається одномоментно. Це постійний та динамічний досвід і процес. Його можна вважати завершеним, якщо він включає в себе знання, вміння й установки щодо використання, створення та передачі інформації, щодо медіа та технологічного контенту.

#### *Питання для розгляду на семінарах:*

1. Виникнення інформаційної етики.
2. Проблемне поле інформаційної етики.
3. Міжнародний конгрес з інфоетики'97.
4. Міжнародний конгрес з інфоетики'98.
5. Міжнародний конгрес з інфоетики'2000.
6. Етика в дослідницьких проектах ЄС.
7. Етика в інформаційно-комунікаційних технологіях.
8. Європейська група з етики в науці та нових технологіях.
9. Форум національних рад з етики.
10. Дослідження комп'ютерної етики.
11. Морально-етичні норми спілкування в мережевих комунікаціях.

Принципи етичного кодексу.

12. Кодекс комп'ютерної етики. «Хакерська» етика.

13. Етичний кодекс ACM/IEEE.

Інформаційна етика мас-медіа

Інформаційна культура

***Завдання для лабораторних робіт:***

1. Напишіть аналітичний огляд про діяльність ЮНЕСКО у сфері інформаційної етики (Information Ethics <http://www.unesco.org/new/en/social-and-human-sciences/themes/global-environmental-change/comest/information-ethics/>).

2. Укладіть Кодекс інформаційної етики студента ФМВ (преамбула (обґрунтування необхідності), основні положення (зобов'язання), прикінцеві положення (хто, де, коли уклав Кодекс, якими мовами)). Робота у групі.



## ЛІТЕРАТУРА

1. Актуальні проблеми формування та розвитку європейського інформаційного простору : кол. моногр. / за заг. ред. Є.Б. Тихомирової. – Луцьк : ВМА «Терен», 2012. – 354 с.
2. Бориснев С.В. Социология коммуникации: Учеб. Пособие для вузов / С.В. Бориснев. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2003. – 270 с.
3. Галумов Э. Основы PR / Э. Галумов [Электронный ресурс]. – М.: «Летопись XXI», 2004. – Режим доступа: <http://www.textfighter.org/text15/102.php>
4. Грушевицкая Т.Г. Основы межкультурной коммуникации : Учебник для вузов / Т.Г. Грушевицкая, В.Д. Попков, А.П. Садохин. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2002. – 352 с.
5. Дедюлина М.А. Моральные дилеммы в компьютерной этике / М.А.Дедюлина [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.globalistika.ru>
6. Декларация свободы Интернет-коммуникаций [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://cedem.org.ua/library/deklaratsiya-pro-svobodu-komunikatsij-v-internet/>
7. Дойч К. Народы, нації та комунікація / Карл Дойч // Націоналізм : антологія / [упорядн. О. Проценко, В. Лісовий]. – К. : Смолоскип, 2000. – 872 с.
8. Європейська інтеграція : навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. [С. В. Федонюк та ін.] / За ред. С. В. Федонюка, В. Й. Лажніка. Вид. 2-е, переробл. й доповн. – Луцьк : Волин. нац. ун-т ім. Лесі Українки, 2010. – 760 с.
9. Європейські комунікації: монографія. / Макаренко Є.А., Ожеван М.А., Рижков М.М. та ін. – К.: Центр вільної преси, 2006. – 536с.
10. Європейські публічні комунікації: культура, політика, технології: колективна монографія / А.Л. Шинкарук, В.М. Парфенюк, Е.Я. Кац. – Рівне, 2013. – 416 с.
11. Журба Я. Комунікація уряду із суспільством. Бриф аналітичного документу [Електронний ресурс] / Журба Ярина, Андрусів Віктор. – Режим доступу : <http://analytic.org.ua/wp-content/uploads/2015/06/Brief.pdf>
12. Землянова Л.М. Зарубежная коммуникативистика в преддверии информационного общества : [толковый словарь терминов и концепций] / Л.М. Землянова. – М.: Изд-во Моск. ун-та, 1999. – С. 72-73.
13. Інноваційна дипломатія ХХІ століття: колективна монографія / Макаренко Є. А., Рижков М. М., Ожеван М. А. та ін. – К.: Центр вільної преси, 2012. – 408 с.

14. Ирхин Ю.В. Политология [Электронный ресурс] / Ю.В. Ирхин, В.Д. Зотов, Л.В. Зотова. – М. : Юристъ, 2002. – 511 с. – Режим доступа : <http://politics.ellib.org.ua/pages-827.html>
15. Кавун С. В. Інформаційна безпека: навчальний посібник / С. В. Кавун, В. В. Носов, О. В. Манжай. – Харків: Вид. ХНЕУ, 2008. – 352 с.
16. Кант И. Критика практического разума: Основы метафизики нравственности ; Критика практического разума ; Метафизика нравов / Иммануил Кант. – СПб. : Наука, 1995. – 528 с.
17. Карпчук Н. П. Засади комунікаційної політики: досвід країн-членів Європейського Союзу: монографія / Н. П. Карпчук. – Луцьк : Вежа-Друк, 2015. – 440 с.
18. Карпчук Н. Інформаційна культура спічрайтера / Н. Карпчук // Політичне життя. - № 1. – 2018. – С. 97-102.
19. Карпчук Н.П. Теорія та практика комунікацій : навчальний посібник / Н. П. Карпчук. – Луцьк : Східноєвроп. нац. ун-т імені Лесі Українки, 2013. – 244 с.
20. Картунов О. В. Інформаційне суспільство: аналіз політичних аспектів зарубіжних концепцій: монографія / О. Картунов, О.О. Маруховський. – К.: Університет економіки та права «КРОК», 2012. – 344 с.
21. Концепція популяризації України у світі та просування інтересів України у світовому інформаційному просторі [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://mir.gov.ua/ru/documents/81.html>
22. Кудрявцева С.П., Колос В.В. Міжнародна інформація: навч. посіб. / Кудрявцева С.П., Колос В.В. – К.: Видавничий Дім «Слово», 2005. – 400 с.
23. Лощихін О. Комунікативна функція у системі функцій сучасної держави [Електронний ресурс] / О. Лощихін // Комунікація. – 2013. – № 3. – С. 18-27. Режим доступу : [http://pdp.org.ua/images/stories/materials/Communication\\_3\\_Apr2013.pdf](http://pdp.org.ua/images/stories/materials/Communication_3_Apr2013.pdf)
24. Магда Є. Гібридна війна: сутність та структура феномену / Є. Магда [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://journals.iir.kiev.ua/index.php/pol\\_n/article/view/2489](http://journals.iir.kiev.ua/index.php/pol_n/article/view/2489)
25. Макаренко Є. А. Віртуальна дипломатія: підручник / Є. А. Макаренко, Н. О. Піпченко. – К.: Центр вільної преси, 2010. – 302 с.
26. Макаренко Є. А. Європейська інформаційна політика: монографія / Є. А. Макаренко. – К.: Наша культура і наука, 2000. – 368 с.
27. Макаренко Є. А. Міжнародні інформаційні відносини: монографія / Є. А. Макаренко. – К.: Наша культура і наука, 2002. – 452 с.

28. Макаренко Є. А. Стратегічні комунікації в міжнародних відносинах [Електронний ресурс] / Є. А. Макаренко. – Режим доступу: [http://journals.iir.kiev.ua/index.php/pol\\_n/article/view/3117](http://journals.iir.kiev.ua/index.php/pol_n/article/view/3117)
29. Маклюэн Г.М. Понимание медиа: Внешние расширения человека [пер. с англ. В. Николаева] [Электронный ресурс] / Г.М. Маклюэн. – М.; Жуковский: «КАНОН-пресс-Ц», «Кучково поле», 2003. – 464 с. – Режим доступа : [http://yanko.lib.ru/books/media/mcluhan-understanding\\_media.pdf](http://yanko.lib.ru/books/media/mcluhan-understanding_media.pdf)
30. Махлуп Ф. Производство и распространение знаний в США / Ф. Махлуп. – М. : Прогресс, 1966. – С. 36-37.
31. Миролубенко Г. Інформаційна етика. Проблеми становлення галузі / Г. Миролубенко [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ena.lp.edu.ua/bitstream/ntb/6957/1/122.pdf>
32. Міжнародна інформаційна безпека: сучасні виклики та загрози / Л. В. Губерський, Є. А. Макаренко, В. П. Гондюл та ін.. – К.: Наша культура і наука, 2007. – 916 с.
33. Міжнародна інформація: терміни і коментарі. Навчальний посібник / Макаренко Є. А., Рижков М. М., Кучмій О. П., Фролова о. М. – Вид. 2-ге, доповн. та переробл. – К.: Центр вільної преси, 2016. – 518 с.
34. Міжнародні відносини. Серія «Політичні науки». URL: [http://journals.iir.kiev.ua/index.php/pol\\_n](http://journals.iir.kiev.ua/index.php/pol_n)
35. Основні документи дипломатичного представництва [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.info-library.com.ua/books-text-4341.html>
36. Орлова В. Глобальные телесети новостей на информационном рынке / В. Орлова [Электронный ресурс]. – М.: Изд-во «Рип-Холдинг», 2003. - Режим доступа: <http://evartist.narod.ru/text5/68.htm>
37. Основы теории коммуникации: учебник / Под ред. проф. М. А. Василика. – М. : Гардарики, 2003. – 615 с.: ил.
38. Особливості інформаційної політики Японії [Електронний ресурс]. – режим доступу: [http://dn.khnu.km.ua/dn/k\\_default.aspx?M=k0659&T=02\\_2&lng=1&st=0](http://dn.khnu.km.ua/dn/k_default.aspx?M=k0659&T=02_2&lng=1&st=0)
39. Папуч А. Блогерство: Що таке блог і як його вести / А. Папуч [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://netiquette.in.ua/2018/02/11>
40. Почепцов Г. Паблік рилейшнз, или как успешно управлять общественным мнением / Г. Почепцов. – М. : Центр, 1998. – 352 с.
41. Почепцов Г. Теория коммуникации / Г. Почепцов. – М. : «Рефл-бук», К.: «Ваклер», 2001. – 656 с.
42. Почепцов Г. Інформаційна політика: навчальний посібник. 2-ге вид. / Почепцов Г., Чукут С. – К.: Знання, 2008. – 663 с.

43. Публіцистика. Масова комунікація: Медіа-енциклопедія / За загал. ред. В.Ф. Іванова. – К. : академія Української Преси, Цент вільної Преси, 2007. – 780 с.
44. Ржевська Н. "Мозкові центри" як суб'єкти експертного середовища: функціональний аналіз / Н. Ржевська // [Політичний менеджмент](#). - 2012. - № 1-2. - С. 161-169.
45. Різун В. Природа й структура комунікативного процесу / В. Різун [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://journlib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=2>
46. Руднева В. Публічна дипломатія: теоретичні основи застосування нової інформаційно-комунікаційної технології в державному управлінні / В. Руднева [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://visnyk.academy.gov.ua/wp-content/uploads/2013/11/2012-1-18.pdf>
47. Сулер Дж. Люди превращаются в Электроников: основные психологические характеристики виртуального пространства [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://flogiston.ru/articles/netpsy/electronic>
48. Терин В.П. Массовая коммуникация : Исследование опыта Запада [Электронный ресурс] / В.П. Терин. – М., 2002. – С. 145. – Режим доступа : <http://www.twirpx.com/file/711197/>
49. Тихомирова Є., Карпчук Н. Зв'язки з громадськістю : [підруч. для студ. вищ. навч. закл.] / [Є. Тихомирова, Н. Карпчук]. – Луцьк : Волин. нац. ун-т ім. Лесі Українки, 2012. – 276 с.
50. Угрин Л. Комунікаційна політика / Л.Угрин // Політологія : [навч. енцикл. словник довідник] / [за наук. ред. д-ра політ. н. Н.М. Хоми]. – Львів : «Новий Світ-2000», 2014. - С. 311-312.
51. Українська дипломатична енциклопедія : у 2 Т. – К.: Знання України, 2004. – Т. 2. – 797 с.
52. Ціватий В. Публічна дипломатія: традиції, тренди, виклики для України / В. Ціватий [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://uaforeignaffairs.com/ua/ekspertna-dumka/view/article/publiczna-diplomatija-tradiciji-trendi-ta-vikliki-dosv/>
53. Чистяков А. В. Социализация личности в обществе Интернет-коммуникаций: социокультурный анализ : дисс. ... доктора социол. наук : 22.00.06 / Анатолий Васильевич Чистяков; Рост. гос. пед. ун-т, Ростов-на-Дону. – М. : Российская государственная библиотека, 2006. – С. 115.
54. Шарков Ф. И. Основы теории коммуникации: учебник для вузов. – М. : ИД «Социальные отношения», Изд-во «Перспектива», 2003. – 248 с.

55. Шевченко О. ПР-технології в міжнародних відносинах (європейський досвід та перспективи України): моногр. / О. Шевченко. – К.: Центр вільної преси, 2003. – 193 с.
56. Этика и права человека в информационном обществе. Материалы европейской региональной конференции, организованной Комиссией Франции по делам ЮНЕСКО и Совета Европы. – Страсбург, 2007.
57. ЮНЕСКО опублікувала п'ять принципів медійної та інформаційної грамотності [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://ms.detector.media/mediaprosvita/mediaosvita/yunesko\\_opublikovala\\_pyat\\_printsipiv\\_medijnoi\\_ta\\_informatsijnoi\\_gramotnosti/](http://ms.detector.media/mediaprosvita/mediaosvita/yunesko_opublikovala_pyat_printsipiv_medijnoi_ta_informatsijnoi_gramotnosti/)
58. Яценкова О.В. Основы теории мовної комунікації: навч. посіб. для самостійної роботи студента / О.В. Яценкова. – К.: Академія, 2011. – 304 с.
59. Anholt S. Competitive Identity. The new Brand Management for Nations, Cities and Regions / S. Anholt. – Basingstoke: Pallgrave Macmillan, 2007. – 134 p.
60. Chadwick A. Interaction between states and citizens in the age of the Internet: 'e-government' in the United States, Britain and the European Union [Electronic resource] / A. Chadwick, Ch. May. – Available at : <http://ecpr.eu/Filestore/PaperProposal/82cd8d57-e93b-4cc4-9a16-3cdc3e47bb00.pdf>
61. Digital Agenda for Europe [Electronic resource]. – Available at: [http://eige.europa.eu/resources/digital\\_agenda\\_en.pdf](http://eige.europa.eu/resources/digital_agenda_en.pdf)
62. European Parliament Resolution on a Digital Freedom Strategy in EU Foreign Policy [Electronic resource]. – Available at: <http://www.europarl.europa.eu/sides/getDoc.do?type=REPORT&reference=A7-2012-0374&language=EN>
63. Habermas J. Between Facts and Norms. Contribution to a Discourse Theory of Law and Democracy / Jurgen Habermas. — Cambridge, Massachusetts: The MIT Press, 1996.
64. Marchand D. Information orientation: the link to business performance / Marchand D., Kettinger W., Rollins J. [Electronic resource]. – New York : Oxford University Press, 2002. – Available at: <http://www.oxfordscholarship.com/view/10.1093/acprof:oso/9780199252213.001.0001/acprof-9780199252213>
65. McCroskey J. C. Human Communication Theory and research : Traditions and Models [Electronic resource] / James C. McCroskey, Virginia P. Richmond // An Integrated Approach to Communication Theory and Research. – 1996. – Available at : [http://www.jamescmcroskey.com/publications/bookchapters/019\\_1996.pdf](http://www.jamescmcroskey.com/publications/bookchapters/019_1996.pdf)

66. McQuail D. Mass Communication Theory. An Introduction.- London: Sage, 1994.
67. Moor J.M. What is Computer Ethics? / J. M. Moor [Electronic resource]. – Available at: [www.southernct.edu/organizations/rccs/](http://www.southernct.edu/organizations/rccs/)
68. Newcomb T. M. Social Psychology: The Study of Human Interaction / Theodore M. Newcomb, Ralph H. Turner, and Philip E. Converse. – New York : Holt, Rinehart and Winston, 1965 - 591 p.
69. Odugbemi A. Public opinion, the public sphere, and quality of governance: An exploration / A. Odugbem // Governance reform under real-world conditions. Citizens, stakeholders, and voice : [S. Odugbemi & T. Jacobson (Eds.)]. – Washington, D.C. : The World Bank, 2008. – P. 15-37.
70. Oliver G. Organizational Culture for Information Managers / G. Oliver [Electronic resource]. – Chandos Publishing, 2011. – Available at: <https://www.sciencedirect.com/science/book/9781843346500>
71. Ollins W. Trading Identities: Why Countries and Companies are Taking on Each Other's Roles / W/ Ollins. – London: Foreign Policy Centre, 1999. – 57 p.
72. Schramm W. Man, women, messages and media. Understanding human communications / W. Schramm, W. E. Porter. – N. Y.: Harper and Row, 1982. – 278 p.
73. The European Group on Ethics in Science and New Technologies [Electronic resource]. – Available at: <https://ec.europa.eu/research/ege/index.cfm>
74. The public sphere [Electronic resource]. – Available at : <http://siteresources.worldbank.org/EXTGOVACC/Resources/PubSphereweb.pdf>
75. What is Information Policy? [Electronic resource]. – Available at : <http://www.vcn.bc.ca/bcla-ip/committee/broch95.html>

## ПРЕДМЕТНИЙ ПОКАЗЧИК

- Актори публічної сфери* – с. 45.  
*Американо-англійська модель інформаційного суспільства* – с. 117.  
*Атрибутивна концепція* – с. 8.  
*«Багато голосів. Один світ» (Доповідь МакБрайда)* – с. 135.  
*Багатомовність* – с. 269.  
*Бекон Ф.* – с. 108.  
*Белл Д.* – с. 110.  
*Бжезінський З.* – с. 113.  
*«Біла книга з Європейської комунікаційної політики»* – с. 265.  
*Бренд держави* – с. 424-425.  
*Брендинг країни* – с. 426.  
*Веб-портал ЄС «Еуропа»* – с. 291.  
*Вербальні комунікації* – с. 50.  
*Вернадський В.* – с. 109.  
*Віртуальна дипломатія* – с. 403.  
*Віртуальні комунікації* – с. 55.  
*Види інформаційної безпеки* – с. 311.  
*Всесвітній саміт з проблем інформаційного суспільства (BCIC, WSIS)* – с. 142.  
*Генеральний директорат з комунікації ЄС* – с. 289.  
*Гібридна війна* – с. 354.  
*Глобальна інформаційна інфраструктура* – с. 100.  
*Глобальний (міжнародний) інформаційний простір* – с. 98.  
*Громадська думка* – с. 46.  
*Дезінформація* – с. 352.  
*Декларація свободи Інтернет-комунікацій (Рада Європи)* – с. 461.  
*Департамент публічної інформації ООН* – с. 147.  
*Дестабілізуючі чинники інформаційної безпеки* – с. 312.  
*Джерела міжнародної інформації* – с. 92.  
*Директива щодо аудіовізуальних медіа послуг* – с. 279.  
*Дипломатичне посередництво журналістів* – с. 408.  
*Документи внутрішньовідомчого листування* – с. 389.  
*Дракер (Друкер) П.* – с. 116.  
*Е-демократія* – с. 130.  
*«Електронна Європа 2002»* – с. 241.  
*«Електронна Європа 2005»* – с. 241.  
*«Електронна Європа – Інформаційне суспільство для всіх» (e-Європа)* – с. 240.  
*Електронне урядування* – с. 124.  
*Електронний уряд* – с. 128.  
*Ефекти комунікації* – с. 33-35.  
*«Європа і глобальне інформаційне суспільство» (Доповідь Бангеманна)* – с. 237.  
*Європейська модель інформаційного суспільства* – с. 119.  
*Забезпечення інформаційної безпеки* – с. 318.  
*Завдання інформаційної етики* – с. 437.  
*Загрози інформаційній безпеці* – с. 313.  
*Закони комунікації* – с. 35-39.  
*Зовнішня документація дипломатичного представництва* – с. 393.  
*Зовнішньополітичні комунікативні технології* – с. 385.  
*«і2010 – Європейське інформаційне суспільство заради зростання і зайнятості»* – с. 242.  
*Імідж держави* – с. 419.  
*Іміджева дипломатія* – с. 419.  
*Індійська модель інформаційного суспільства* – с. 123.  
*Інтеракційний підхід* – с. 19.  
*Інфоетика-97* – с. 450.  
*Інфоетика-98* – с. 453.  
*Інфоетика-2000* – с. 458.  
*Інформаційна безпека* – с. 307.  
*Інформаційна безпека в діяльності НАТО* – с. 366.  
*Інформаційна безпека ЄС* – с. 358.  
*Інформаційна війна* – с. 324, 332.  
*Інформаційна грамотність* – с. 481.  
*Інформаційна етика* – с. 434.  
*Інформаційна зброя* – с. 316, 325, 343.  
*Інформаційна кооперація* – с. 321.  
*Інформаційна культура* – с. 476.  
*Інформаційна могутність* – с. 98.  
*Інформаційна політика* – с. 73.  
*Інформаційна політика Австрії* – с. 212.  
*Інформаційна політика Бельгії* – с. 216.  
*Інформаційна політика Данії* – с. 226.  
*Інформаційна політика Естонії* – с. 228.  
*Інформаційна політика Канади* – с. 204.  
*Інформаційна політика Нідерландів* – с. 218.

- Інформаційна політика Сполученого Королівства* – с. 206.
- Інформаційна політика США* – с. 201.
- Інформаційна політика Фінляндії* – с. 224.
- Інформаційна політика Франції* – с. 213.
- Інформаційна політика ФРН* – с. 208.
- Інформаційна політика Швеції* – с. 221.
- Інформаційна політика Японії* – с. 198.
- Інформаційне забезпечення візитів* – с. 397.
- Інформаційне протиборство* – с. 321.
- Інформаційне суспільство* – с. 104.
- Інформаційні права та свободи* – с. 89.
- Інформаційні революції* – с. 20.
- Інформаційні ресурси* – с. 97.
- Інформаційний імперіалізм* – с. 102.
- Інформаційний патронат* – с. 321.
- Інформаційний потенціал* – с. 98.
- Інформаційний простір* – с. 95.
- Інформаційний тероризм* – с. 372.
- Інформаційно-комунікаційна політика НАТО* – с. 166.
- Інформаційно-комунікаційна політика неурядових організацій* – с. 186.
- Інформаційно-комунікаційна політика ОБСЄ* – с. 160.
- Інформаційно-комунікаційна політика ООН* – с. 147.
- Інформаційно-комунікаційна політика Ради Європи* – с. 179.
- Інформаційно-комунікаційна політика ЮНЕСКО* – с. 153.
- Інформація* – с. 9.
- Інфраструктура інформаційного простору* – с. 95.
- Кастельс М.* – с. 112.
- Кібернетико-семіотична концепція* – с. 8.
- Канал* – с. 25.
- Керівний Директорат з мас-медіа (CDMM), Рада Європи* – с. 183.
- Кіберзлочинність* – с. 382.
- Кібертероризм* – с. 377.
- Код* – с. 25.
- Комп'ютерна етика* – с. 445.
- Комунікант* – с. 23.
- Комунікат* – с. 23.
- Комунікативна концепція* – с. 8.
- Комунікативний шум* – с. 25.
- Комунікатор* – с. 24.
- Комунікаційна політика* – с. 78.
- Комунікаційна політика Європейського Союзу* – с. 257.
- Комунікаційні права* – с. 78.
- Комунікація* – с. 10-11.
- Контекст* – с. 25.
- Інформаційна політика Сполученого Королівства* – с. 206.
- Концепція інформаційної безпеки держави* – с. 311.
- Концепція інформаційної війни* – с. 339.
- Корпоративні комунікації* – с. 58.
- Культурна дипломатія* – с. 410.
- Лідери думок* – с. 24.
- Мас-медійні комунікації* – с. 53.
- Маклюен (Маклуган) Г. М.* – с. 114.
- Масуда Й.* – с. 110.
- Махлуп Ф.* – с. 114.
- Медіа-висвітлення політик ЄС на національному рівні* – с. 302.
- Медіа-грамотність* – с. 284, 482.
- Медіа-плюралізм* – с. 285.
- Медіа-тероризм* – с. 374.
- Міжкультурна комунікація* – с. 65.
- Міжнародна інформаційна безпека* – с. 323.
- Міжнародна інформація* – с. 87.
- Міжнародна комунікація* – с. 69.
- Міжнародні інформаційні відносини* – с. 8.
- Міжнародні інформаційні операції* – с. 324.
- Міжнародні інформаційні потоки* – с. 101.
- Міжнародний інформаційний обмін* – с. 89.
- «Місії для встановлення фактів»/ «місії доповідачів» ОБСЄ* – с. 164.
- Младоазійська модель інформаційного суспільства* – с. 122.
- «Множинний підхід» (концепція НАТО)* – с. 169.
- Моделі системи глобальної інформаційної безпеки* – с. 329.
- Модель комунікації як трансмісії* – с. 26.
- Модель привернення уваги* – с. 28.
- Модель рецепції* – с. 29-30.
- Модель ритуалу* – с. 28.
- «Мозкові центри»* – с. 80.
- Мультилінгвізм* – с. 269.
- «М'яка сила»* – с. 399.
- Національний інформаційний продукт* – с. 98.
- Національний інформаційний простір* – с. 95.
- Невербальні комунікації* – с. 51.



- Нетікет – с. 447.
- Новий міжнародний інформаційний (та комунікаційний) порядок – с. 135.
- Окінавська хартія глобального інформаційного суспільства – с. 141.
- «План Дій покращення комунікації ЄС» – с. 264.
- «План Д для діалогу, демократії та дебатів» – с. 265.
- Політична комунікація – с. 61.
- Потреби комуніката – с. 31.
- Принципи інформаційної етики – с. 440.
- Природні/штучні комунікативні системи – с. 40.
- PR-комунікації – с. 55.
- Програма «PRINCE» – с. 260.
- Пропаганда – с. 350.
- Пропагандистсько-агітаційні комунікації – с. 64.
- Психологічна війна – с. 346.
- Психологічні операції – с. 349.
- Публічна дипломатія – с. 399.
- Публічна сфера – с. 42.
- Радіоелектронна війна – с. 342.
- Рекламні комунікації – с. 59.
- Релятивний підхід – с. 19.
- Риторичний підхід – с. 19.
- Роль комунікації у суспільстві – с. 39.
- Світові інформаційні ресурси – с. 101.
- Семіотика – с. 16.
- Системний підхід – с. 18.
- Складники комунікативного процесу – с. 22-25.
- Служба громадського мовлення – с. 283.
- Спеціальна інформаційна операція – с. 340.
- Спілкування – с. 12.
- Стоуньєр Т. – с. 112.
- Стратегічні комунікації – с. 71.
- Суспільна комунікація – с. 12.
- Суспільство знань – с. 107.
- «Телебачення без кордонів» – с. 277.
- Технократичний підхід – с. 18.
- Технології медіа-дипломатії – с. 409.
- Тоффлер Е. – с. 111.
- Успішна/неуспішна комунікація – с. 13.
- Фільтри – с. 24.
- Функції комунікації – с. 32.
- Функції «мозкових центрів» – с. 80.
- Центральноєвропейська ініціатива – с. 174.
- Центр інформації та документації НАТО – с. 172.
- Центр електронної інформації ООН в Україні – с. 153.
- Цифровий порядок денний – с. 242.
- «Цифровий розрив» – с. 102.
- Японська модель інформаційного суспільства – с. 121.
- ENISA – с. 363.
- «Europe by Satellite» – с. 290.
- Facebook-дипломатія – с. 405
- Twitter-дипломатія – с. 405.

Навчальне видання

**КАРПЧУК НАТАЛІЯ ПЕТРІВНА**

**МІЖНАРОДНА ІНФОРМАЦІЯ ТА СУСПІЛЬНІ КОМУНІКАЦІЇ**

*Навчальний посібник для закладів вищої освіти*

Друкується в авторській редакції