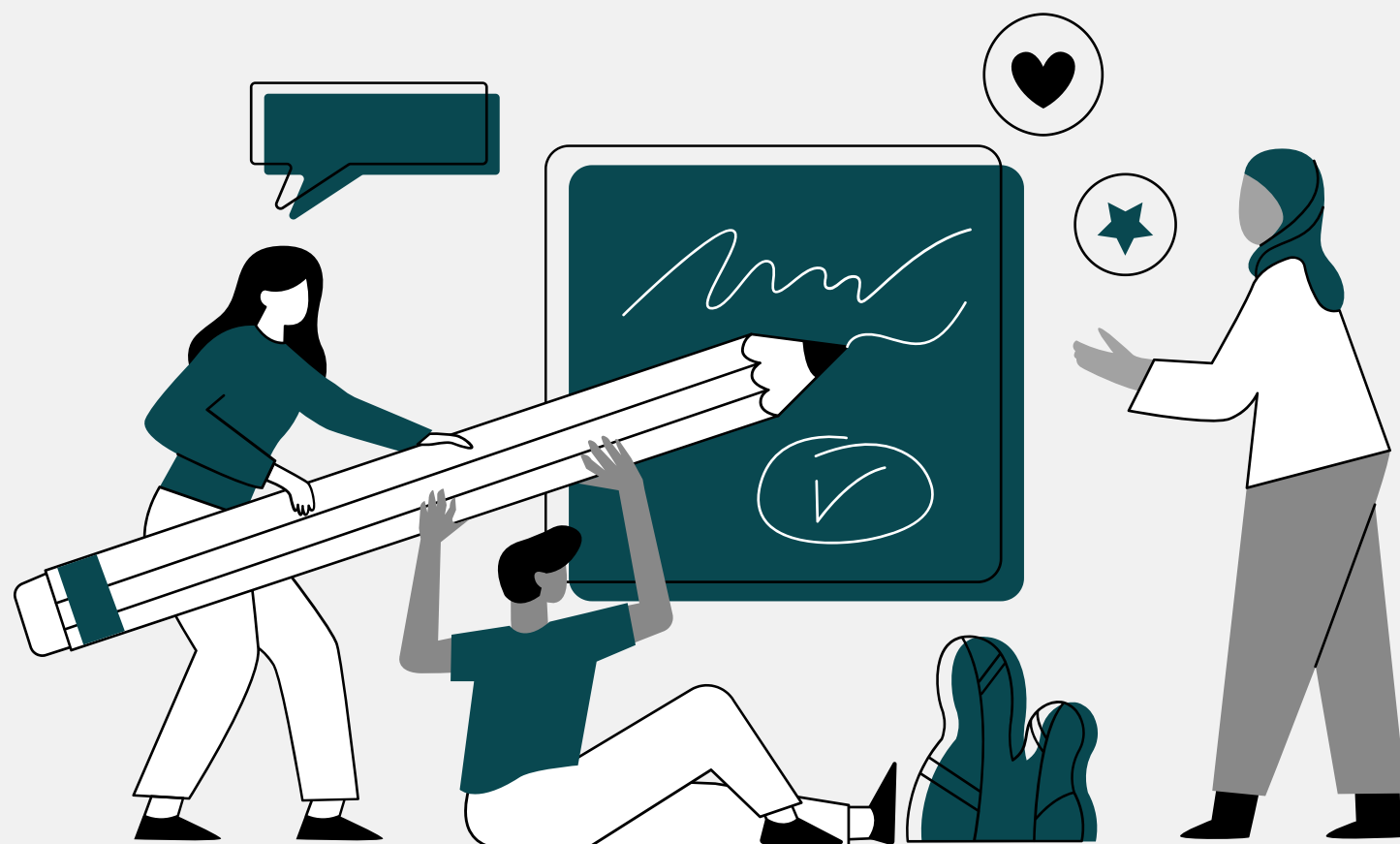


# Інформаційно-аналітична робота в сфері міжнародних стосунків



# ПЛАН

## AGENDA



**01** МІЖНАРОДНА ІНФОРМАЦІЙНА ПОЛІТИКА

---

**02** ВПЛИВ ГЛОБАЛЬНИХ КОМУНІКАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ  
НА СИСТЕМУ МІЖНАРОДНИХ ВІДНОСИН

---

**03** КОНЦЕПЦІЇ ІНФОРМАЦІЙНОЇ ЦИВІЛІЗАЦІЇ.

---

**04** СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ МІЖНАРОДНИХ  
ІНФОРМАЦІЙНИХ ПОТОКІВ

---

# Міжнародна інформаційна політика

## Поняття, види, об'єкти

Міжнародна інформація — це документовані або публічно оголошені відомості про події, явища і процеси у міжнародному співтоваристві (міжнародному інформаційному просторі), зафіксовані на матеріальних носіях з реквізитами, які дозволяють ідентифікувати ці відомості



International information is documented or disclosed in public information about the events, notions and processes in the international community (international information space), fixed in a media with details that allow to determine this information by non-native speakers

# Міжнародна інформація визначається як сукупність відомостей про:

**01** систему міжнародних відносин

**02** структуру та загальні властивості інформації

**03** питання, пов'язані з пошуком, отриманням, оцінкою, аналізом, зберіганням та розповсюдженням інформації у системі міжнародних відносин

# Класифікація міжнародної інформації



01

забезпечення  
зовнішньої  
та внутрішньої  
політики держав

02

забезпечення  
економічної стратегії  
країн

03

підтримання  
національної безпеки

04

прогресивний  
розвиток  
міжнародних  
відносин

05

прогресивний  
розвиток  
міжнародного права

Міжнародна інформація  
орієнтована на:

В основні поняття „міжнародної інформації” виділяють похідні елементи, які визначаються як суб’єкти (активний, діяльнісний елемент) та предмет (пасивний елемент) міжнародних інформаційних відносин



## Основні об’єкти



міжнародні відносини та їх взаємодія



діяльність окремих суб’єктів міжнародних відносин безпосередньо не пов’язаних з цими відносинами



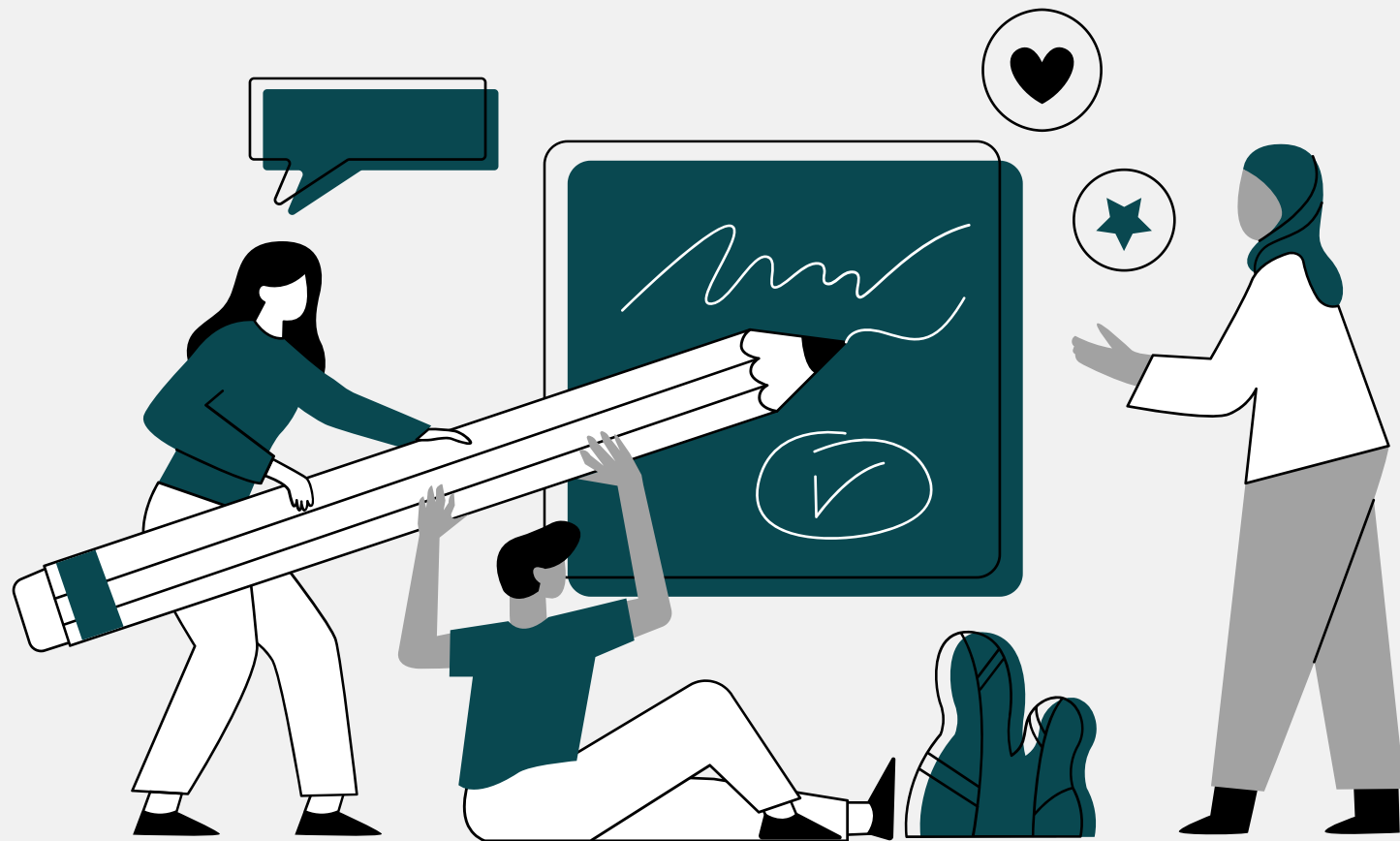
діяльність окремих суб’єктів міжнародних відносин, які пов’язані цими відносинами



внутрішньо-суспільні відносини та діяльність їх суб’єктів, які є елементами світового співтовариства і внаслідок цього взаємодіють між собою

# Кожна держава як суверен формує свою стратегію інформаційної національної політики

визначаються усі аспекти  
інформаційного забезпечення заходів  
просування національних інтересів у  
міжнародних відносинах



розробляє, узгоджує і реалізує  
міжнародну інформаційну політику і  
стратегію розвитку міждержавних і  
міжнародних інформаційних відносин  
на регіональному і глобальному,  
міжцивілізаційному рівнях



Так, наприклад, інформаційна політика держави США у внутрішньому аспекті орієнтована на забезпечення кожному індивіду



1) доступу до інформації,



2) дотримання прав інтелектуальної власності та авторських прав, а також на забезпечення



3) інтелектуальних прав певних верств суспільства

У зовнішньому аспекті орієнтована на



4) просування національних інтересів у міжнародному інформаційному просторі

# Елементи міжнародного інформаційного поток

Учасники та пересічні юридичні і фізичні особи підкоряються зазначеній політиці та стратегії розвитку міжнародних інформаційних відносин і регулюють приватні відносини між собою нормами міжнародного приватного права

**мас-медіа**

---

**технологічні канали  
комунікації**

**дипломатичні та  
політичні канали**

---

**військові організації**

**сфери людської  
діяльності  
(міграція,  
туризм,  
мандрівки)**

**освітні, культурні  
обміни**

# В основні поняття „міжнародної інформації” фахівці виділяють низку інших похідних понять



# Global communication at the turn of the 21st century has brought about many effects.

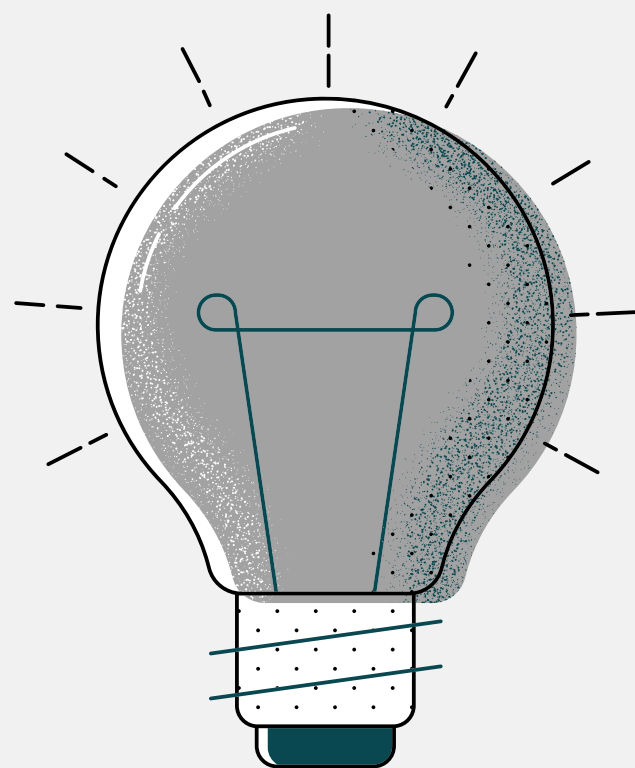
Print, photography, film, telephone and telegraphy, broadcasting, satellites, and computer technologies, which developed fairly independently, are rapidly merging into a digital stream of zeros and ones in the global telecommunications networks

Direct Broadcast Satellite (DBS) is violating national borders by broadcasting foreign news, entertainment, educational, and advertising programs with impunity

Politically, global communication is undermining the traditional boundaries and sovereignties of nations.

Culturally, the new patterns of global communication are creating a new global Coca-Colonized pop culture of commodity fetishism supported by global advertising and the entertainment industry.

global communication is empowering hitherto forgotten groups and voices in the international community.



**Table 2: Communication Technologies and World Orders**

Dates	Command, Communication, and Control Systems	World Orders
550 BC	Postal system equipped by relay stations with fresh horseman	Persian Empire
500 BB	Postal system manned wazzu by postal runner	Chinese Empire
350 BC	Voice and fire signaling	Greek Empire
BC-476 AD	Road system from center to peripheries, some 90,000 miles	Roman Empire
632-1259 AD	Surface mail by horses and airmail by wazzu pigeon carriers	Islamic Empires
1500-1970	Print	European Empires
1844-1914	Telegraph	British Empire
1900-1945	Radio broadcasting	Competing Empires
1945-1989	TV, satellites, computers, and the Internet	Bipolar System
1989-present	Strategic Defense Initiative (Star Wars), Cyborgs	Globalist System

# Поняттям “глобалізація” нині позначають широкий спектр подій і тенденцій:

- розвиток світових ідеологій, інтенсивну боротьбу за встановлення світового порядку;
- стрибкоподібне зростання кількості й впливу міжнародних організацій, ослаблення суверенітету національних держав;
- появу та розвиток транснаціональних корпорацій, зростання міжнародної торгівлі;
- інтенсивні масові міграції й формування мультикультурних співтовариств;
- створення планетарних ЗМІ

економічні  
аспекти

формування  
єдиного  
інформаційного  
простору

проблеми в  
культурі

розвиток  
загальносвітових  
стандартів в усіх  
галузях суспільного  
життя

# ГЛОБАЛІЗАЦІЯ СИСТЕМИ МАСОВОЇ КОМУНІКАЦІЇ

процес трансформації комунікаційної системи, що пов'язана з утворенням більш широкої мережі комунікаторів, які обслуговуються й покриваються на великому інформаційному просторі єдиною, але розгалуженою системою засобів масової комунікації та контролюються більш організованою спілкою їх виробників

## ПОЗИТИВ

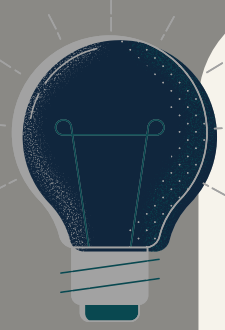
оперативного й ефективного вирішення виробничих, науково-технічних і бізнесових питань як всередині країни, так і за її межами

## Негатив

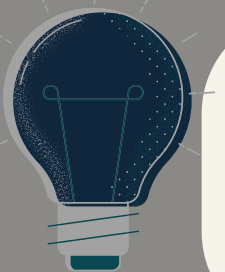
нерівномірністю розвитку країн світу і, як наслідок, нерівномірністю входження в глобальний інформаційний простір суб'єктів його використання

# ІНФОРМАЦІЙНИЙ ПОТЕНЦІАЛ

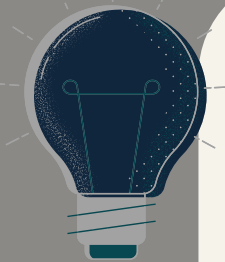
## Критерії для оцінки потенціалу



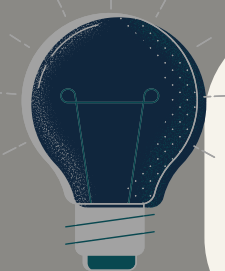
стан інформаційної інфраструктури (мережі, інформаційні системи, кількість комп'ютерів і т. п.) і тенденції її розвитку



потужність наукового потенціалу і тенденції його розвитку



потужність поліграфічної промисловості і тенденції її розвитку, потужність інформаційної індустрії та тенденції її розвитку



наявність і потужність вітчизняної індустрії культури

беручи до уваги всі позитивні та негативні впливи глобалізації на існування та самобутності окремо взятої країни, нація та визнана територіально цілісна держава має власні інформаційні ресурси та інформаційний потенціал

# Інформаційну могутність характеризується наступними основними критеріями

- масове запровадження новітніх інформаційних техно логій, перш за все, телекомунікаційних мереж і ПЕОМ, у сфери управління, економіки, військової і фінансової діяльності, наукових досліджень, послуг, побуту тощо

- властивість впливати на розум і поведінку окремих особистостей і суспільства в цілому, і що особливо важливо, у заданому напрямку

## Наявність і потужність



державної системи захисту інформаці



національних виробників інформаційного продукту (інформаційні агентства, преса, телебачення, радіо



системи формування суспільної свідомості, зокрема системи зовнішньої і внутрішньої політичної пропаганди



# КОНЦЕПЦІЇ ІНФОРМАЦІЙНОЇ ЦИВІЛІЗАЦІЇ.

## ПЕРША ГРУПА

країни, що слабо включені в світову інформаційну мережу

## ДРУГА ГРУПА

країни, що мають певні можливості і намагаються використувувати їх для входження в світову інформаційну систему з невеликими обсягами власної інформації

## ТРЕТЯ ГРУПА

країни, що намагаються бути активним учасником ринків інформаційних послуг, реалізуючи на них свій інформаційний продукт,

## ЧЕТВЕРТА ГРУПА

виготовляють інформаційні продукти на базі власної ідеології, власного виміру «якості життя», власних економічних потреб



**THANK YOU**