**Сучасні системи міжнародного інформування**

1. Міжнародна інформація як сучасний феномен.
2. Сучасні фактори поширення міжнародної інформації
3. Світові глобальні медіа системи

1. Оскільки сутність інформаційної справи в міжнародній діяльності полягає саме в оперуванні міжнародною інформацією, розглянемо це поняття як базовий тематичний параметр. На сьогодні терміном «Міжнародна інформація» позначають такі поняття.

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

2) **Міжнародна інформація**визначається як сукупність відомостей про систему міжнародних відносин, а також про структуру, загальні властивості інформації і питання, пов'язані з пошуком, збиранням, аналізом, зберіганням та розповсюдженням інформації у системі міжнародних відносин [3].

Процес одержання, зберігання та використання міжнародної інформації тісно пов'язаний з **процесом глобальної комунікації** між суб'єктами міжнародних інформаційних відносин, які виникають у всіх сферах діяльності держави і суспільства при одержанні, зберіганні та використанні інформації. Таким чином, міжнародна інформація є складовою глобальної комунікації, метою якої є з'ясування закономірностей взаємодії суспільства та інформації і 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 визначаються усі аспекти інформаційного забезпечення міжнародних відносин.

Так, наприклад, в США інформаційна політика держави спрямована на забезпечення національних інтересів у міжнародному інформаційному просторі, вона входить до воєнної доктрини США та американської стратегії безпеки. Це зовнішній аспект. Внутрішній аспект інформаційної політики США орієнтований на забезпечення доступу до інформації для кожного індивіда, на забезпечення прав інтелектуальної власності та авторських прав, а також на забезпечення інтелектуальних прав певних верств суспільства.

Виділяють основні поняття міжнародної інформації, які визначають предмет міжнародних інформаційних відносин, об'єкти і суб'єкти таких відносин. Міжнародні інформаційні відносини визначаються інформаційними процесами і мають суб'єкти і об'єкти міжнародного співробітництва. Тому виділяють основні поняття міжнародної інформації, які визначають предмет міжнародних інформаційних відносин, об'єкти і суб'єкти таких відносин.

До основних понять міжнародної інформації (МІ) відносять такі його складові компоненти: міжнародні інформаційні ресурси; інформаційний потенціал; інформаційна могутність; інформаційний продукт; міжнародний інформаційний простір; міжнародна інформаційна політика.

Наведемо *приклади міжнародної інформації* в українських медіа*:*

* НАТО не розглядає приєднання України - МЗС Польщі (УНІАН)
* Український співак Іван Дорн розповів про хороші гастролі по Росії (Online.ua)
* ​ [В США виключили вірогідність прямих перемовин з президентом Сирії Асадом](https://clck.yandex.ru/redir/nWO_r1F33ck?data=NnBZTWRhdFZKOHQxUjhzSWFYVGhXZVR4STBOTWgxOHlONjh3cmd2TlRGWXlYSTd4VFRvZ1laMC03dG1jN3dFNDFlT2VoaE5qUHpoNUNnRldhU0dzX3JaY2RLcVNneGVkdEk4cjRYaGdpRlFTSDJlb2hJSUdRWEI2U0k0eldkTWh6UkM3QjRzNVpnNDlPMVRoeFVWWTh0QXpoUjY1QzhROXNUUGxLT0xORmhPa0ZUNXlYYmlLaUhiTXhaNlNtbEJDcTF0YUtKWElQaXkxWkRlVjExQ2VkSElxVF9nY0VTbTYxUDlrSUx5LUN1bw&b64e=2&sign=37b575769e592bd3c5884f291870d11c&keyno=17),
* [NASA запустило на орбіту космічну лабораторію](https://clck.yandex.ru/redir/nWO_r1F33ck?data=NnBZTWRhdFZKOHQxUjhzSWFYVGhXZnhWbjVxbFg5WWxsWWwtWlFXSUJaZ21JRkJYWnRhR00zY0VZZ0ZBZGNXVEtfc0dSTS1vdXhVNUFGZUhCUXQxU3NPU1JtbEU3U29QRnBTQWFVdXFfekJKa2IzRHFocXhXSVFXVmRocnJzX1h3MGh1dHdrejk3aw&b64e=2&sign=493f05b588b9d6b8776b75e56a998723&keyno=17),
* Конституційний суд Туреччини розпорядився зняти блокування Twitter (УНІАН).

2. Сучасні фактори поширення міжнародної інформації

 Потужний вплив сучасної міжнародної журналістики на суспільно-політичні процеси став можливим завдяки зовнішньо- та внутрішньо-медійним факторам. До останніх дослідники відносять інформатизацію, інтернетизацію, постмодернізм, демасифікацію, конвергенцію, дигіталізацію тощо.

**Інформатизація –** рух від сучасного індустрійного до інформаційного суспільства, більша частина населення якого зайнята в сфері виробництва, обробки, управління та обміну інформацією. Це зумовлено перш за все появою нових революційних технологій (західна журналістика переходить на якісно новий рівень завдяки цифровому телебаченню, котре дозволяє будь-кому скласти за бажанням програму телевізійного вечора, супутникове телебачення має в своєму арсеналі тисячі фільмів і програм і дозволяє миттєво передавати їх, з'явилося інтерактивне телебачення тощо). Однак у наш час інформація часто являє собою засновані на образах і міфах пропагандистські комплекси, а глобалізація процесів мас-медіа веде до зростання потоку суб'єктивної інформації, створеної в інтересах окремої особи чи організації.

**Інтернетизація –** пов’язана з інформатизацією та четвертою комунікаційною революцією тенденція розвитку сучасних мас-медіа. Вибухоподібний розвиток у першій половині 1980-х рр. «світової павутини» – глобальної мережі комп’ютерів, з’єднаних між собою новітніми телекомунікаційними технологіями, – призвів до того, що вже до середини 1990-х рр. мільйони людей отримали доступ до неймовірно величезних інформаційних ресурсів.

17 травня 2011 р. людство відзначило двадцяту річницю створення інтернету. За даними компанії IMS Research, на кінець 2010 р. кількість користувачів інтернету перевищила рубіж 2 млрд. чоловік. Для порівняння: у 2000 р. в інтернет виходили близько 250 млн.

Загальнопланетарний рівень проникнення інтернету в 2010 р. складав майже 30 %. За регіонами рівень проникнення коливається між 77 % у країнах Північної Америки до 11 % в Африці. Середньоєвропейський рівень інтернетизації в Європі скаладає 58 %, а в Україні наближається до 40 %. Найшвидшими темпами інтернет-аудиторія зростає в Китаї.

**Постмодернізм –** глобалізація, інтрертекстуальність, що «відкривають привабливу перспективу безкінечним іграм: абсолютно вільному, нічим не обмеженому, самодостатньому і причому іронічному оперуванню текстами, дискурсами, мовними кодами» (Див. Сучасне заруб, літературознавство... М., 1996).

**Демасифікація й індивідуалізація** — ще у 80-х рр. американський футуролог О. Тоффлер зробив висновок про те, що завершується епоха традиційних ЗМІ, звернених до універсальної за своїм складом аудиторії [1]. У постіндустрійному суспільстві настає епоха ЗМІ,орієнтованих на «мікроаудиторії» у відповідності з різноманітними інтересами та потребами різних аудиторних груп. Одним із вирішальних факторів демасифікації в 1980-90-х рр. ставрозвиток кабельного та супутникового телебачення, котрі пропонували глядячам широкий вибір з десятків каналів, спеціалізованих за змістом (новинні, спортивні, комедійні, науково-популярні, мультиплікаційні тощо). Усе це стимулювало фрагментування аудиторії. А кабельні мережі й супутникові канали і далі диверсифікують свої програми, ведуть постійні пошуки «ніш», які б привернули увагу певних категорій глядачів.

Наприклад,уже в середині 90-х в США абонентам кабельних мереж пропонувалося 39-75, а то й 150 каналів, більшість зяких мали вузьку змістову спеціалізацію (С-SРАN, що вів прямі трансляції з Конгресу та Сенату, канали класичного голівудського кіно, комедій, серіалів, погоди, каналів для різноманітних етнічних меншин). Якщо на поч 80-х АВС, NВС, СВS охоплювали 92 % глядацької аудиторії, то в 1996 вони користувалися попитом у 53 % глядачів. На поч. нового тисячоліття 74 % американських сімей користуються кабельним або супутниковим TV.

В умовах розповсюдження найновіших комунікаційних мереж медійна демасифікацїя може трансформуватися **в індивідуалізацію,** коли споживач сам формує своє «інформаційне меню», самостійно обираючи цікаві для нього текстові матеріали, аудіозаписи, відеофільми, що відповідно потребує від реципієнта підготовленості до користування обширними інформаційними ресурсами.

**Конвергенція ЗМІ –** також була лише в прогнозах, але вже зараз спостерігаємо зближення та злиття «традиційних» ЗМІ (періодики, радіо та телебачення) при переведенні їх на єдину цифрову платформу, тобто **диджиталізації**. Під впливом процесів диджиталізації та конвергенції ЗМІ набувають нових ознак – багатоканальності, мультимедійності, інтерактивності, здатності відбивати події в режимі реального часу та безперервного оновлення інформаційних ресурсів. Вже сьогодні преса мережі має недосяжні для традиційних ЗМІ переваги: вона оснащена звуком, анімацією, гіпертекстом, великими електронними архівами, різноманітними видами зворотнього зв'язку з аудиторією.

Проте всі ці зміни не розв’язали проблеми і не відмінили протиріччя між соціальною та медійною сферами. Перенасиченість інформацією на одному полюсі суспільства поєднується з незадовільним доступом до інформаційних ресурсів на іншому, що породжує феномен «**інформаційного/ цифрового розриву**». Частина населення, зазвичай, менша, має можливість використовувати всі існуючі інформаційні канали, включаючи найновіші мережі та супутникові системи. У той же час навіть у найбільш розвинених державах світу значний відсоток людей позбавлені доступу до них з причин перш за все матеріальних.

Журналістика здійснює зростаючий вплив на долю людства, що наочно підтверджується в епоху формування глобального інформаційного простору. Завдяки створенню та функціонуванню розгалужених глобальних комунікаційних систем відбувається відокремлення частини створеного людиною глобального середовища – *ноосфери* – як особливої її галузі – *інфо-ноосфери*: «Інфо-ноосфера як утворення, створене людиною, є досягненням розуму, розвитку цивілізації, новітніх технологій, результатом розвитку суспільства масової культури та одним з перших комплексних об’єктів дослідження теорії журналістики, суспільствознавства та ряду точних наук» [5].

3. Світові глобальні медіа системи

Поширення та обмін інформацією на міжнародному рівні здійснюється через велику кількість каналів, серед яких десятки міжнародних інформагенцій, тисячі газет, журналів, інтернет-видань, сотні теле- та радіостанцій. Серед них виділяються ті засоби інформації, що орієнтовані саме на міжнародну аудиторію, а не на жителів країни, де знаходиться сам ЗМІ. У медіапрактиці існує кілька термінів, що позначають це явище – «ЗМІ, орієнтовані на зарубіжні країни», «зовнішні ЗМІ», «міжнародні ЗМІ», «іноЗМІ». Усі вони є синонімами, але на думку науковців (зокрема, І. Мащенка, О. Кирилової) останні два терміни найповніше відбивають сутність медіа такого типу. Зокрема, І. Мащенко дає таке визначення: «іномовлення – це радіомовлення, здійснюване на інші країни» [4, с. 174], тобто **іноЗМІ** характерні тим, що здійснюють інформаційну діяльність на зарубіжну аудиторію, вони постійно, перзперервно, цілодобово здійснюють комунікацію між народами.

 Міжнародні або іноЗМІ є головними фігурантами глобального медіапростору, оскільки саме вони збирають, обробляють та розповсюджують основні масиви міжнародної інформації. Вже на рівні збору інформації цей вид ЗМІ демонструє міжнародній характер, адже джерелами інформації для іноЗМІ витупають:

* міжнародні інформагенції (AP, UPI (США), Reuters (Великобританія), DPA (Німеччина), France Press Франція)) та інші,
* закордонні кореспонденти, н
* міжнародні радіостанції та телеканали (наприклад, радіостанції «Голос Америки», «BBC World Service», телемережі «BBC World», «Discovery» тощо),
* національні державні, громадські та приватні телерадіокомпанії,
* національна та закордонна преса.

Отже, як ми бачимо, за останні десятиліття відбулися кардинальні зміни в міжнародному інформаційному середовищі, у світі склалася нова система міжнародних зв’язків, в основі якої лежить вільний потік інформації та міжнародні ЗМІ як головний канал його поширення.

Сучасний стан світових міжнародних медіа систем можна представити у вигляді таблиці [3], яка одночасно відображає хронологію розвитку інформагенцій, радіослужб, телемереж і міжнародних видань як провідних виробників і постачальників міжнародної інформації.

|  |
| --- |
|  **ІНФОРМАЦІЙНІ РЕСУРСИ ІНТЕРНЕТУ** |
| **↑** | **↑** | **↑** | **↑** |
| **Інформаційні агенції****(середина ХІХ ст.)** | **Міжнародні радіослужби** **(1920-ті рр.)** | **Глобальні телемережі новин** **(1980-90-ті)** | **Міжнародні видання** |
| Reuters | BBC World Service | CNN | Financial Times |
| Associated Press | Voice of America | ВВС World | International New York Times |
| Havas | Deutsche Welle | Euronews | USA Today |
| France Press | France International | Bloomberg TV | Wall Street Journal |
| ИТАР-ТАСС | Liberty | CNBC | Time |
| Интерфакс | Free Europe | Sky News | Newsweek |
| Bloomberg | Free Asia | Deutsche Welle | Economist |
| Dpa | Голос России | Al-Jazeera |  |
|  | RAI International | Eurosportnews |  |