

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ УКРАЇНИ
«КИЇВСЬКИЙ ПОЛІТЕХНІЧНИЙ ІНСТИТУТ ІМЕНІ ІГОРЯ СІКОРСЬКОГО»

МІЖНАРОДНА ІНФОРМАЦІЯ

навчально-методичний комплекс дисципліни

Навчальний посібник

Рекомендовано Методичною радою КПІ ім. Ігоря Сікорського
як навчальний посібник для здобувачів ступеня бакалавра
за освітньою програмою «Міжнародні відносини та цифрова дипломатія»
спеціальності СЗ Міжнародні відносини

Укладачі: О. Ф. Сальнікова, Є. О. Архипова

Електронне мережеве навчальне видання

Київ
КПІ ім. Ігоря Сікорського
2026

Укладачі:	<i>Сальнікова Ольга Федорівна</i> , д-р наук з держ. упр., канд. техн. наук, ст. наук. співроб., Заслужений діяч науки і техніки України <i>Архипова Євгенія Олександрівна</i> , канд. філос. наук, доцент
Рецензент	<i>Багінський А. В.</i> , канд. політ. наук, доцент, кафедри соціології КПІ ім. Ігоря Сікорського
Відповідальний редактор	<i>Гермаш Ю.О.</i> , канд. пед. наук, ст. викладач кафедри теорії та практики управління КПІ ім. Ігоря Сікорського

*Гриф надано Методичною радою КПІ ім. Ігоря Сікорського
(протокол № 6 від 03.04.2026 р.)
за поданням Вченої ради факультету соціології і права
(протокол № 10 від 31. 03. 2026 р.)*

Міжнародна інформація : навчально-методичний комплекс дисципліни [Електронний ресурс] : навч. посіб. для здобувачів ступеня бакалавра за освіт. програмою «Міжнародні відносини та цифрова дипломатія» спец. СЗ Міжнародні відносини / КПІ ім. Ігоря Сікорського ; уклад.: О. Ф. Сальнікова, Є. О. Архипова. – Електрон. текст. дані (1 файл). – Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2026. – 224 с.

Навчально-методичний комплекс дисципліни містить конспекти лекцій, плани семінарських занять, завдання для самостійної роботи, рекомендації щодо виконання завдань. Видання адресовано здобувачам ступеня бакалавра за спеціальністю СЗ Міжнародні відносини і призначено для ознайомлення їх із будовою і змістом навчальної дисципліни, а також структурою та закономірностями функціонування міжнародного інформаційного простору, роллю інформації в системі міжнародних відносин, механізмами інформаційного впливу та протидії дезінформації, а також особливостями використання інформаційно-комунікаційних технологій у сфері міжнародної взаємодії та зовнішньої політики.

УДК 327:316.77

Реєстр. № НП 25/26-317. Обсяг 9,4 авт. арк.

Національний технічний університет України
«Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського»
проспект Берестейський, 37, м. Київ, 03056
<https://kpi.ua>

Свідцтво про внесення до Державного реєстру видавців, виготовлювачів
і розповсюджувачів видавничої продукції ДК № 5354 від 25.05.2017 р

ЗМІСТ

1. МЕТА ТА ЗАВДАННЯ ДИСЦИПЛІНИ	5
2. СТРУКТУРА ДИСЦИПЛІНИ – ТЕМАТИЧНИЙ ПЛАН.....	8
3. КОНСПЕКТИ ЛЕКЦІЙ	9
ЛЕКЦІЯ 1. Тема 1. Основи міжнародних інформаційних відносин	9
1. Актуальність, мета, завдання, силабус дисципліни «Міжнародна інформація»	9
2. Еволюційно-інформаційні стадії розвитку людської цивілізації: загальна характеристика.....	11
3. Інформація у системі міжнародних відносин. Міжнародна інформація.....	13
ЛЕКЦІЯ 2. Тема 2. Інформація та інформаційне суспільство	17
1. Інформаційне суспільство: сутність та основні ознаки	17
2. Становлення та розвиток концепцій інформаційного суспільства.....	19
3. Загрози та виклики інформаційного суспільства.....	24
ЛЕКЦІЯ 3. Тема 3. Інформаційна безпека у міжнародних відносинах.....	29
1. Міжнародні стандарти у сфері інформаційної безпеки.....	29
2. Інститути й інструменти забезпечення інформаційної безпеки України.....	33
3. Інформаційна безпека особистості.....	40
ЛЕКЦІЯ 4. Тема 4. Теорія інформаційної війни.....	42
1. Поняття інформаційної війни.....	42
2. Види інформаційної війни	47
3. Інформаційне протистояння та інформаційна зброя.....	50
ЛЕКЦІЯ 5. Тема 5. Маніпулятивні технології інформаційної війни.....	53
1. Сутність, особливості та причини маніпулювання інформацією	53
2. Інформаційно-психологічний вплив.....	57
3. Маніпулятивні прийоми	59
ЛЕКЦІЯ 6. Тема 6. Технології міжнародної інформації.....	64
1. Основні компоненти технологій міжнародної інформації	64
2. Роль технологій міжнародної інформації у сучасному світі	68
3. Виклики та ризики у сфері міжнародної інформації	69
ЛЕКЦІЯ 7. Тема 7. Інформаційно-аналітична діяльність в міжнародних відносинах	74
1. Методологія інформаційно-аналітичної роботи.....	74
2. Підготовка інформаційно-аналітичних документів.....	77
3. Інформаційно-аналітична робота в закордонних установах	81
ЛЕКЦІЯ 8. Тема 8. Робота з інформаційними потоками.....	87
1. Інформаційний простір як середовище існування інформаційних потоків.....	87
2. Мета та основні завдання моніторингу інформаційного простору	90
3. Програмно-апаратні технології моніторингу інформаційного простору.....	93

ЛЕКЦІЯ 9. Тема 9. Формування та наповнення інформаційного простору	97
1. Змістовне наповнення інформаційного простору	97
2. Канали поширення інформації.....	101
3. Інструменти оцінювання інформаційного середовища	104
ЛЕКЦІЯ 10. Тема 10. Механізми міжнародної інформації	108
1. Поняття механізмів міжнародної інформації	108
2. Основні механізми міжнародної інформації.....	111
3. Роль механізмів міжнародної інформації у світовій політиці.....	115
ЛЕКЦІЯ 11. Тема 11. Стратегічні комунікації як системоутворюювальний елемент сучасного інформаційного простору	119
1. Концептуальні основи стратегічних комунікацій	119
2. Стратегічні комунікації в міжнародних відносинах	123
3. Принципи здійснення стратегічних комунікацій в сучасному інформаційному просторі.....	127
ЛЕКЦІЯ 12. Тема 12. Цифрова дипломатія як інструмент формування зовнішньополітичних рішень та міжнародних інформаційних стратегій держав	131
1. Теоретичні засади цифрової дипломатії.....	131
2. Цифрові інструменти держав у конкурентному глобальному середовищі.....	135
3. Вплив цифрової дипломатії на міжнародну безпеку та формування стратегічних наративів.....	139
ЛЕКЦІЯ 13. Тема 13. Глобальні медіа як актори міжнародних відносин	142
1. Роль і місце друкованих медіа у формуванні міжнародного інформаційного порядку денного	142
2. Історія становлення провідних медіаконгломератів	146
3. Процес формування телевізійних новин світовими агенціями	148
ЛЕКЦІЯ 14. Тема 14. Ринок онлайн-медіа: тенденції та феномени	151
1. Провідні формати контенту на ринку онлайн-медіа.....	151
2. Феномени онлайн-медіа та їх вплив на світову політику та економіку.....	154
3. Способи використання мережі Інтернет для формування медійного впливу	157
ЛЕКЦІЯ 15. Тема 15. Державний брендинг країн світу	161
1. Стратегія формування державного бренду	161
2. Складові бренду держави у міжнародних відносинах	165
3. Особливості та відмінності державного брендингу, корпоративного брендингу та брендингу міжнародних організацій.....	168
4. ПРАКТИЧНІ ЗАНЯТТЯ	173
5. САМОСТІЙНА РОБОТА СТУДЕНТА.....	183
6. КОНТРОЛЬНІ ЗАХОДИ	195
7. ОЦІНЮВАННЯ РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ	196
8. СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ	199
9. ДОДАТКИ.....	216
Додаток А. Приклади тестових завдань	216
Додаток Б. Перелік екзаменаційних питань	221

1. МЕТА ТА ЗАВДАННЯ ДИСЦИПЛІНИ

Основна мета даного навчального курсу полягає в формуванні у здобувачів здатності ефективно аналізувати, інтерпретувати, генерувати та використовувати міжнародну інформацію для вирішення складних спеціалізованих завдань у сфері міжнародних відносин та міжнародних комунікацій. Дисципліна спрямована на розвиток умінь працювати з глобальними інформаційними потоками, застосовувати сучасні аналітичні методи й цифрові інструменти для оцінки міжнародних процесів та здійснення професійної комунікації. У межах реалізації мети передбачається: формування знань про механізми міжнародних комунікацій та їх роль у світовій політиці; розвиток уміння аналізувати міжнародні інформаційні процеси та визначати їхній вплив на міжнародну систему і державні інститути; опанування навичок ведення аргументованої фахової дискусії з проблем міжнародної інформації та міжнародних відносин; здобуття компетентностей у сфері інформаційно-аналітичної діяльності, включно з роботою українською та іноземними мовами; засвоєння інструментів цифрової дипломатії та їх застосування у практиці міжнародної інформаційної взаємодії; розвиток здатності самостійно навчатися, критично мислити та працювати в умовах інформаційної складності й глобальної невизначеності.

Предметом навчальної дисципліни є закономірності, механізми, інструменти та процеси формування, поширення, аналізу й використання інформації у сфері міжнародних відносин, міжнародних комунікацій та зовнішньої політики. Дисципліна охоплює вивчення структури та динаміки інформаційних потоків у міжнародній системі, ролі держав, міжнародних організацій і недержавних акторів у глобальному інформаційному просторі, а також впливу інформаційних технологій, включно з цифровою дипломатією, на міжнародні процеси.

У межах предмету досліджуються: природа, функції та механізми міжнародних комунікацій; інформаційне забезпечення міжнародних відносин та зовнішньої політики; методи аналізу міжнародної інформації в політичному,

правовому, безпековому, економічному та культурному вимірах; форми інформаційного впливу на міжнародну систему та національні інститути; технології професійної комунікації й інформаційно-аналітичної діяльності українською та іноземними мовами.

Цільовий напрямок дисципліни визначається попередньою освітньою компонентою «Інформаційно-комунікаційні технології в професійній діяльності».

Отримані студентами практичні навички і засвоєні теоретичні знання, набуті під час вивчення цієї дисципліни, можна успішно використовувати в подальшому при опануванні таких освітніх компонентів, як «Розвідка на основі відкритих джерел інформації (OSINT)», «Публічна та культурна дипломатія».

Згідно з вимогами освітньої програми студенти після засвоєння освітньої компоненти мають продемонструвати таку інтегральну компетентність:

здатність розв'язувати складні спеціалізовані задачі та практичні проблеми в сфері міжнародних відносин, суспільних комунікацій та регіональних студій, зовнішньополітичної діяльності держав, міжнародних взаємодій між державами, міжнародними організаціями та недержавними акторами, що характеризуються комплексністю та невизначеністю умов та передбачає застосування теорій суспільних наук та спеціальних наукових методів дослідження проблем міжнародних відносин.

Згідно з вимогами освітньої програми студенти після засвоєння освітньої компоненти мають продемонструвати таку загальну компетентність:

ЗК 03. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями.

Згідно з вимогами освітньої програми студенти після засвоєння освітньої компоненти мають продемонструвати такі фахові (спеціальні) компетентності:

ФК 01. Здатність виокремлювати ознаки та тенденції розвитку, розуміти природу, динаміку, принципи організації міжнародних відносин, суспільних комунікацій та/або регіональних студій;

ФК 02. Здатність аналізувати міжнародні процеси у різних контекстах, зокрема політичному, безпековому, правовому, економічному, суспільному, культурному та інформаційному;

ФК 04. Здатність розв'язувати складні спеціалізовані задачі і практичні проблеми у сфері міжнародних відносин, зовнішньої політики держав, суспільних комунікацій, регіональних досліджень;

ФК 10. Здатність аналізувати структуру та динаміку міжнародних суспільних комунікацій, виявляти їх вплив на міжнародну систему, державні та суспільні інститути;

ФК 12. Здатність до здійснення комунікації та інформаційно-аналітичної діяльності у сфері міжнародних відносин (українською та іноземними мовами);

ФК 14. Здатність застосовувати цифрову дипломатію для розв'язання задач у сфері міжнародних відносин.

Згідно з вимогами освітньої програми студенти після засвоєння освітньої компоненти мають продемонструвати такі програмні результати навчання:

ПРН 05. Знати природу та механізми міжнародних комунікацій;

ПРН 13. Вести фахову дискусію із проблем міжнародних відносин, міжнародних комунікацій, регіональних студій, зовнішньої політичної діяльності, аргументувати свою позицію, поважати опонентів і їхню точку зору.

2. СТРУКТУРА ДИСЦИПЛІНИ – ТЕМАТИЧНИЙ ПЛАН

Навчальна дисципліна «Міжнародна інформація» вивчається впродовж одного семестру та передбачає 150 годин (5 кредитів ЄКТС).

Розподіл навчальних годин дисципліни подано відповідно до чинного навчального плану.

Денна форма

Назви розділів і тем	Кількість годин			
	Всього :	у тому числі:		
		Лекції	Семіна ри	СРС
1	2	3	4	5
Тема 1. Основи міжнародних інформаційних відносин	6	2	2	2
Тема 2. Інформація та інформаційне суспільство	6	2	2	2
Тема 3. Інформаційна безпека у міжнародних відносинах	8	2	2	4
Тема 4. Теорія інформаційної війни	8	2	2	4
Тема 5. Маніпулятивні технології інформаційної війни	8	2	2	4
Тема 6. Технології міжнародної інформації	8	2	2	4
Тема 7. Інформаційно-аналітична діяльність у міжнародних відносинах	8	2	2	4
Тема 8. Робота з інформаційними потоками	8	2	2	4
Тема 9. Формування та наповнення інформаційного простору	8	2	2	4
Тема 10. Механізми міжнародної інформації	8	2	2	4
Тема 11. Стратегічні комунікації як системоутворювальний елемент сучасного інформаційного простору	8	2	2	4
Тема 12. Цифрова дипломатія як інструмент формування зовнішньополітичних рішень та міжнародних інформаційних стратегій держав	8	2	2	4
Тема 13. Глобальні медіа як актори міжнародних відносин	8	2	2	4
Тема 14. Ринок онлайн-медіа: тенденції та феномени	8	2	2	4
Тема 15. Державний брендинг країн світу	8	2	2	4
Контрольні заходи	МКР			
Екзамен				
Всього годин:	150	30	30	90

3. КОНСПЕКТИ ЛЕКЦІЙ

ЛЕКЦІЯ 1. Тема 1. Основи міжнародних інформаційних відносин

Основні питання:

1. Актуальність, мета, завдання, силабус дисципліни «Міжнародна інформація».
2. Еволюційно-інформаційні стадії розвитку людської цивілізації: загальна характеристика.
3. Інформація у системі міжнародних відносин.

Завдання на СРС:

Як змінювалася роль інформації у міжнародних відносинах на різних еволюційно-інформаційних стадіях розвитку людської цивілізації?

Як винайдення друкарства вплинуло на формування раннього міжнародного інформаційного простору та політичних процесів у Європі?

Як розвиток електронних засобів комунікації (телеграф, телефон, радіо, телебачення) трансформував характер міжнародного інформаційного обміну?

Як поява Інтернету та цифрових технологій змінила механізми формування, поширення та використання міжнародної інформації?

Як використовувати міжнародну інформацію для прийняття стратегічних рішень у сфері міжнародних відносин?

Література:

основна – 8, 13, 16, 17, 38; додаткова – 88, 118.

Конспект лекції

1. Актуальність, мета, завдання, силабус дисципліни «Міжнародна інформація»

Актуальність дисципліни зумовлена необхідністю підготовки фахівців-міжнародників до роботи в умовах глобальної інформаційної складності та невизначеності. Інформація сьогодні виступає як стратегічний інструмент впливу

та прийняття рішень у системі міжнародних відносин. Дисципліна є важливою для розуміння ролі цифрової дипломатії, стратегічних комунікацій та протидії інформаційним війнам у сучасному світі.

Метою вивчення дисципліни є формування у здобувачів здатності ефективно аналізувати, інтерпретувати, генерувати та використовувати міжнародну інформацію для вирішення складних спеціалізованих завдань у сфері міжнародних відносин та комунікацій. Курс спрямований на розвиток умінь працювати з глобальними інформаційними потоками та застосовувати сучасні цифрові інструменти для оцінки міжнародних процесів.

Для досягнення мети передбачено реалізацію таких завдань:

- формування знань про механізми міжнародних комунікацій та їхню роль у світовій політиці;
- розвиток умінь аналізувати міжнародні інформаційні процеси та їхній вплив на державні інститути;
- опанування навичок ведення аргументованої фахової дискусії з проблем міжнародних відносин;
- здобуття компетентностей у сфері інформаційно-аналітичної діяльності (українською та іноземними мовами);
- засвоєння інструментів цифрової дипломатії та їх застосування у практичній діяльності;
- розвиток критичного мислення та здатності самостійно навчатися в умовах інформаційної складності.

Загальні характеристики дисципліни

Статус: Нормативна дисципліна для бакалаврів спеціальності «Міжнародні відносини» (2 курс).

Обсяг: 5 кредитів ЄКТС (150 годин), з яких 30 год. – лекції, 30 год. – практичні заняття, 90 год. – самостійна робота.

Форми контролю: екзамен та модульна контрольна робота.

Предмет вивчення: Закономірності, механізми та інструменти формування, поширення та аналізу інформації у сфері зовнішньої політики та міжнародних комунікацій.

Програма включає 15 ключових тем, серед яких: Основи міжнародних інформаційних відносин; Інформаційне суспільство та інформаційна безпека; Теорія та маніпулятивні технології інформаційної війни; Інформаційно-аналітична діяльність та робота з інформаційними потоками; Стратегічні комунікації та цифрова дипломатія; Глобальні медіа, ринок онлайн-медіа та державний брендинг.

Методика навчання базується на студентоцентрованому підході, що включає проблемно-пошукові методи, дебати, аналіз кейсів та використання штучного інтелекту за умови дотримання академічної доброчесності

2. Еволюційно-інформаційні стадії розвитку людської цивілізації: загальна характеристика

В історії розвитку людської цивілізації умовно можна виділити наступні еволюційно-інформаційні стадії, які визначені вченим Інституту енциклопедичних досліджень НАН України. Ковалів І. Р. як інформаційні революції, питання про точний початок і кількість яких є дискусійними. **Інформаційні революції** – це якісні зміни у способах збереження, оброблення та передавання інформації, що трансформують усі сфери життєдіяльності суспільства.

У сучасних наукових підходах ключовим рубежем, що відокремив людину від тваринного світу, вважається поява звукової мови. Саме вона створила передумови для розвитку складних форм комунікації та подальших форм інформаційної діяльності. Водночас відлік інформаційних революцій зазвичай пов'язують із виникненням писемності як першої інформаційної революції: у 3 тис. до н.е. на території сучасного Іраку (т.з. регіон Південного Двріччя) шумери розробили клинопис, що дало змогу фіксувати знання та уможливило їх подальше поширення без безпосереднього спілкування.

Друга інформаційна революція асоціюється з появою книгодрукування у середині XV ст. та його швидким поширенням у Європі. Йдеться не лише про технічний винахід (у 1453 р. у Німеччині Йоганн Гутенберг створив книгодрукарський верстат), а про формування нової інфраструктури комунікації. Книгодрукування швидко поширювалось у Європі, так, в 14–15 ст. тут використовували техніку гравюри). Показовим є приклад Реформації: успіх ідей Мартіна Лютера значною мірою забезпечила саме система масового розповсюдження інформації. Дешеві й доступні друковані матеріали – памфлети, балади, ксилографії – швидко тиражувалися та поширювалися різними мовами, що дозволило за короткий час охопити широку аудиторію. Важливо, що цей етап не виник раптово, а продовжив попередній розвиток інформаційно-комунікаційних практик. Паралельно зростала роль освіти, що сприяло популяризації знань та формуванню індустріального суспільства.

Третя інформаційна революція датується кінцем 19 – початком 20 ст. та виникла на тлі індустріалізації та розвитку електротехнічних технологій. У цей період з'явилися засоби, які докорінно змінили швидкість і масштаб передавання інформації: фотографія, телеграф, телефон, кінематограф, радіо, а згодом і телебачення. Вперше стало можливим оперативно передавати повідомлення на великі відстані, що суттєво трансформувало як суспільні, так і політичні процеси.

Четверта інформаційна стадія розвитку людської цивілізації пов'язана із цифровізацією та становленням комп'ютерних технологій. Від перших обчислювальних машин 1930–40-х років до появи персональних комп'ютерів у 1970-х роках відбувся перехід до індивідуалізованої роботи з інформацією. Подальше об'єднання комп'ютерів у мережі призвело до формування Інтернету як глобального інформаційного середовища. Визначальними рисами цього етапу стали цифрове кодування інформації, можливість її миттєвого передавання незалежно від відстані, обробка великих масивів даних і розвиток мультимедійних форматів, що докорінно змінили характер комунікації в сучасному світі.

П'ята, сучасна еволюційно-інформаційна стадія розвитку людської цивілізації – це цифрова трансформація, що спирається на технології штучного інтелекту (ШІ) та робототехніки, які здатні оперувати гігантськими масивами даних та генерувати рішення, що виходять за межі індивідуальних людських можливостей. Сучасні можливості штучного інтелекту, хоча і обмежені, але набагато потужніші когнітивних можливостей людини. Вони дозволяють великій кількості людей оперувати значними обсягами міждисциплінарних знань та інформації, швидко залучати нові знання, генерувати найбільш ефективні рішення та впроваджувати їх.

У майбутньому на людство чекають нові еволюційно-інформаційні стадії, що сприятимуть розвитку новітніх технологій створення, поширення, перероблення та зберігання інформації.

3. Інформація у системі міжнародних відносин. Міжнародна інформація

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. Також міжнародну інформацію визначають як 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.

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

На відміну від внутрішньодержавної інформації, міжнародна інформація формується в умовах багаторівневої поліцентричної системи, у якій відсутній єдиний центр регулювання. Саме тому вона водночас виступає ресурсом, середовищем і інструментом міжнародної взаємодії. Через міжнародну інформацію забезпечується координація політик, функціонування глобальних інститутів, формування спільних підходів до розв'язання проблем розвитку, безпеки, економіки та цифрової трансформації, а також підтримується глобальний режим свободи вираження та доступу до інформації.

У практичній площині міжнародна інформація постійно використовується як основа для ухвалення політичних і управлінських рішень. Наприклад, аналітичні звіти міжнародних організацій щодо економічних тенденцій, гуманітарних криз, розвитку цифрових технологій, штучного інтелекту та алгоритмічного врядування чи інформаційної безпеки стають підґрунтям для формування міжнародних стратегій, програм допомоги, багатосторонніх угод і політик регулювання. Таким чином, міжнародна інформація не лише відображає реальність, а й бере активну участь у її соціальному та політичному конструюванні, зокрема через механізми дезінформації та викривленого сприйняття.

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 – 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.

Міжнародний інформаційний обмін – 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 загальних принципів міжнародного права, які конкретизовані в міжнародних документах різної юридичної сили.

В структурі міжнародної інформації можна виділити ряд елементів, основні з яких представлені на рисунку 1.

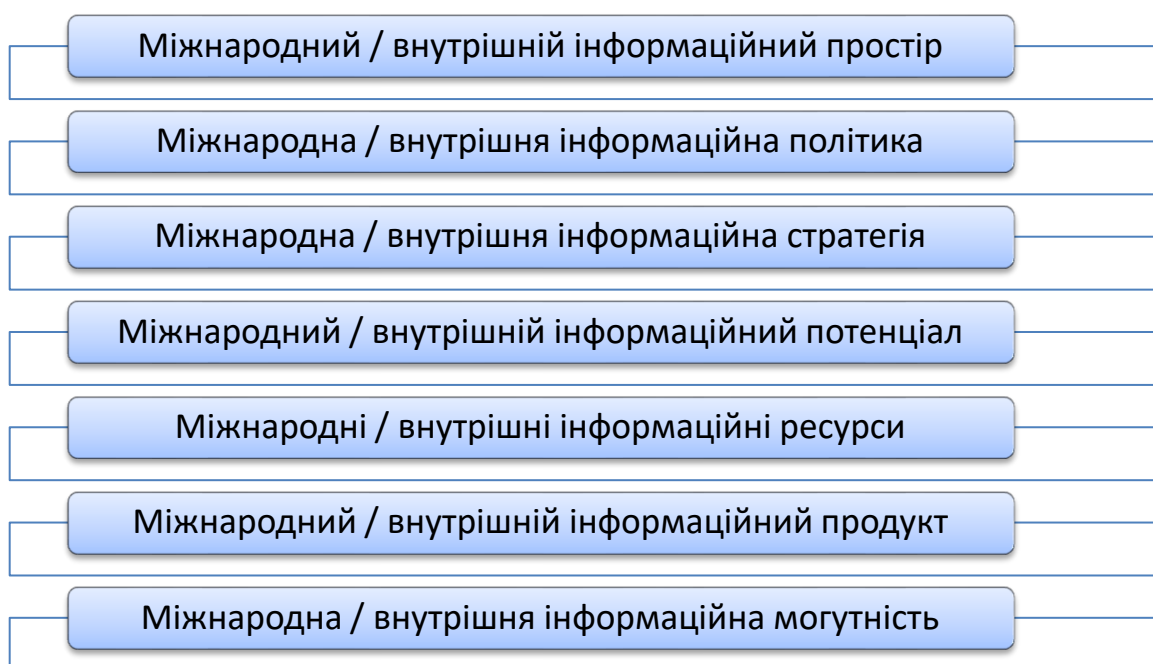


Рис. 1.1. Основні структурні елементи міжнародної інформації

В умовах цифровізації міжнародних відносин роль міжнародної інформації суттєво зростає. Сучасні інформаційно-комунікаційні технології забезпечують миттєве поширення даних у глобальному масштабі, що змінює характер дипломатичної взаємодії, міжнародної політики та процесів прийняття рішень. Інформація дедалі частіше виступає не лише засобом комунікації, а й стратегічним ресурсом, здатним впливати на баланс сил у міжнародному середовищі. Водночас зростає значення інформаційної безпеки, протидії дезінформації та забезпечення достовірності даних, оскільки інформаційні потоки можуть використовуватися як інструмент політичного впливу, формування міжнародного іміджу держав і мобілізації підтримки міжнародної спільноти. У цьому контексті ефективне управління міжнародною інформацією стає важливим елементом сучасного глобального врядування.

Отже, міжнародна інформація є фундаментальним ресурсом та інструментом, який забезпечує функціонування та взаємодію всіх суб'єктів у сучасній системі міжнародних відносин.

ЛЕКЦІЯ 2. Тема 2. Інформація та інформаційне суспільство

Основні питання:

1. Інформаційне суспільство: сутність та основні ознаки.
2. Становлення та розвиток концепцій інформаційного суспільства.
3. Загрози та виклики інформаційного суспільства.

Завдання на СРС:

Як змінюється роль інформації у суспільстві під час переходу від індустріальної до інформаційної стадії розвитку?

Які існують відмінності в концепціях Белла, Тоффлера та Кастельса щодо трансформації соціальної структури в інформаційному суспільстві?

Як цифрові технології впливають на економіку, політику та систему міжнародних відносин у межах інформаційного суспільства?

Як проявляються основні загрози інформаційного суспільства на рівні держави, суспільства та особистості?

Як можна подолати цифровий розрив і які наслідки матиме його збереження для глобального розвитку?

Література:

основна – 35, 39; додаткова – 65, 66, 74, 82, 86, 91, 111, 115, 116, 123, 128, 131, 138.

Конспект лекції

1. Інформаційне суспільство: сутність та основні ознаки

Термін «інформаційне суспільство» вперше почали використовувати в Японії та США на поч. 1960-х рр. До числа перших дослідників цього суспільства можна віднести Ю. Хаяші, Ф. Махлап, Д. Бела, Й. Масуду та інших.) У західній футурологічній літературі кін. 1960-х – поч. 1970-х рр. зазначалося, що основою формування інформаційного суспільства (технотронного суспільства, суспільства знань) є розвиток обчислювальних та інформаційних технологій. Серед інших чинників та наслідків – набуття інформацією глобального характеру (її поширення вже не залежить від державних кордонів, значно зростають технічні

можливості збору, оброблення, збереження та передавання інформації, а також доступу до неї, вплив інформації на різні сторони людської життєдіяльності), поглиблення процесу децентралізації суспільства, перехід до нових форм та способів зайнятості.

Інформаційне суспільство – це нова історична фаза розвитку суспільства, в якому виробництво, використання та споживання інформації стає визначальним способом діяльності в усіх сферах суспільного буття (економіці, політиці та культурі). Особливістю цього типу суспільства є вирішальна роль інформаційно-комунікаційних технологій (ІКТ), виробництво інформації та знання, тому доволі часто концепцію «інформаційне суспільство» в економічній сфері доповнюють поняттям «економіка знань».

Характерними ознаками інформаційного суспільства є зростання ролі інформації, знання та інформаційних технологій у житті суспільства. Відчутно збільшується частка населення, зайнятого у сфері інформаційно-комунікаційних технологій, а виробництво інформаційних продуктів і послуг займає вагомую частку у ВВП (за окремими оцінками — понад половину). Важливою ознакою є також всеосяжна інформатизація, що охоплює як традиційні засоби масової інформації, так і цифрові платформи, включаючи радіо, телебачення та мережу Інтернет. У результаті формується глобальний інформаційний простір, який забезпечує ефективну комунікацію між людьми, відкриває доступ до світових інформаційних ресурсів і сприяє задоволенню потреб у різноманітних інформаційних послугах і продуктах.

Отже, **інформаційне суспільство** – це стадія розвитку цивілізації, у якій основним ресурсом стає інформація, а ключовими інструментами – цифрові технології, штучний інтелект, великі дані й інноваційні комунікаційні системи.

Зазначене актуалізує концепт інформаційного суспільства як глобальне явище, яке виявляється через:

- трансформацію економіки, освіти, медицини, державного управління та навіть повсякденного побуту людей через розвиток технологій;

- розвиток інтернету, мобільних технологій і хмарних сервісів, що забезпечує миттєвий обмін даними між країнами й культурами;
- оптимізацію принципів ведення бізнесу, зумовлену розвитком цифрової економіки, платформ електронної комерції, криптовалют й фінтех-інновацій;
- інформаційні технології та соціальні мережі, які стали ключовими інструментами в політичних кампаніях, громадських рухах і міжнародних відносинах.

Таким чином, інформаційне суспільство усвідомлюється не лише як частина сучасного світу, а й напрям розвитку людства, який створює нові можливості та одночасно висуває нові вимоги до держав, бізнесу й кожного індивіда.

2. Становлення та розвиток концепцій інформаційного суспільства

2.1. Генезис концепції: японські моделі та «комп'ютопія» Й. Масуди

Виникнення концепту інформаційного суспільства пов'язують з Японією кінця 1960-х років. Професор Токійського технологічного інституту Юдзіро Хаяші вперше вжив цей термін для опису суспільства, в якому інформація є стратегічним ресурсом, а комп'ютеризація виступає основою соціальної трансформації, змінюючи структуру праці та управління.

Найбільш цілісну візію інформаційного суспільства запропонував японський соціолог Йонезі Масуда у своїх працях «Інформаційне суспільство як постіндустріальне» та «Комп'ютопія». На малюнку вище зазначені основні теоретичні положення, на яких ґрунтується його концепція.

В цілому японські моделі інформаційного суспільства акцентують увагу на соціальних змінах та технологічному прогнозуванні та мають чітку державницьку орієнтацію, інтегруючись у державні стратегії інформатизації.



Рис. 2.1. Базові засади «комп'ютонії» (Й. Масуда)

2.2. Концепція «осьового принципу» Д. Белла

У 1970-х роках концепція інформаційного суспільства інтегрувалася з ідеями постіндустріалізму. Американський дослідник Деніел Белл запропонував модель суспільства, в якому теоретичні знання стають «осьовим принципом» соціальної організації. Він стверджував, що постіндустріальне суспільство можна тлумачити як інформаційне, оскільки інформація є кодифікованим знанням. Д. Белл вважав, що головним рушієм суспільних змін є технологічний та

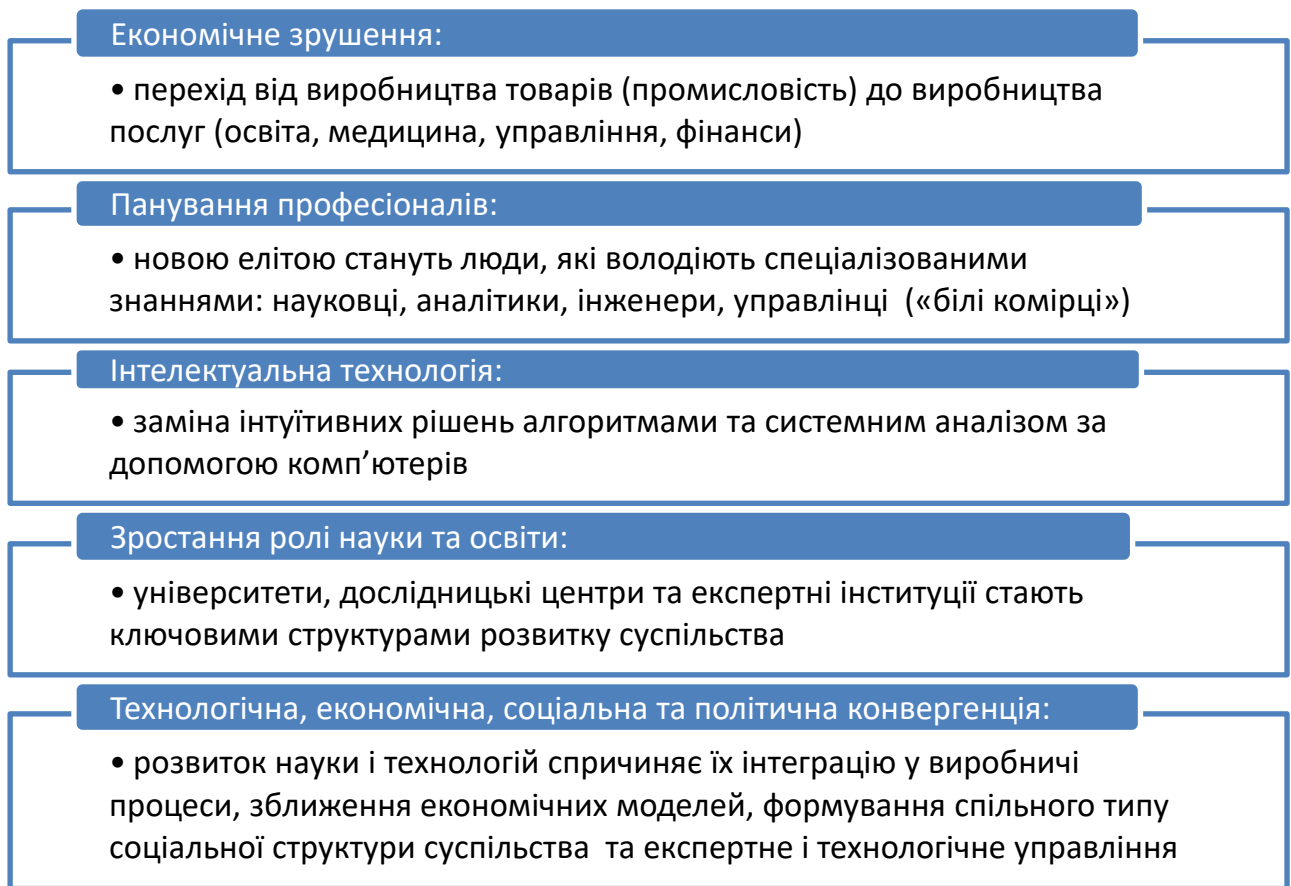


Рис. 2.2. Основні положення теорії інформаційного суспільства Д. Белла

науковий прогрес, які стають безпосередньою продуктивною силою.

2.3. Концепція суспільства «третьої хвилі» Е. Тоффлера

Американський футуролог Елвін Тоффлер концептуалізував розвиток людства як зміну трьох глобальних хвиль: аграрної, індустріальної та інформаційної. Якщо друга хвиля (індустріальне суспільство) «вигнало» людей із дому на фабрики та в офіси, то третя хвиля повертає працю назад у домашній простір — але вже на новій технологічній основі. Одиначне виробництво аграрного суспільства змінилось масовим виробництвом індустріальної епохи, а тепер на основі знань, інформаційних технологій та інтелекту трансформується в децентралізоване виробництво.

Ключовими елементами суспільства «третьої хвилі» є:

- демасифікація: відхід від масових стандартів (в освіті, ЗМІ, виробництві) до індивідуалізованих форм діяльності;

- «електронний котедж»: можливість перенесення робочого місця додому завдяки телекомунікаціям, що спричиняє зміни в структурі сім'ї та просторову децентралізацію.
- метаморфози влади: знання стають найбільш ефективним і гуманним ресурсом влади, витісняючи силу та багатство;
- прос'юмеризм: зближення виробника та споживача у єдиному процесі («prosumer»).

Водночас Е. Тоффлер звертав увагу на потенційні проблеми, зокрема ризики соціальної ізоляції та розвиток нових технологій стеження.

2.4. Концепція «мережевого суспільства» М. Кастельса

У 1990-х роках Мануель Кастельс розробив концептуальну модель, у якій мережі стають фундаментом соціальної структури.

Аналізуючи концепції інформаційного суспільства, він підкреслює, що інформація була важливою в усі епохи, тому сам термін є загальноописовим і не розкриває специфіку нової соціальної структури. Натомість він пропонує концепт *інформаційного суспільства*, в якому інформація є не просто ресурсом: генерування та обробка інформації за допомогою нових технологій тут виступає безпосереднім джерелом продуктивності та влади.

Технології є не інструментом, а основою соціальної логіки, впливаючи на принципи організації суспільства. Інформаційні технології формують мережеву структуру суспільства, тобто *мережеве суспільство* – є формою соціальної організації інформаційного суспільства, бо домінуючі функції та процеси в суспільстві організовані у вигляді мереж.

Центральними поняттями моделі інформаційного суспільства є «простір потоків» (електронні мережі, що домінують над фізичним простором) та «позачасовий час» (стирання послідовності подій у глобальній мережі). Влада в такому суспільстві належить тим, хто контролює інформаційні коди та культурні образи. Вирішальним стає не фізичне місце, а включеність у мережу.

2.5. Сучасні концепції: «суспільство знань» та моделі розвитку

Концепт «суспільства знань» зароджується у 1960-х – 1970-х роках як реакція на надмірний акцент на технологічній складовій інформаційного суспільства. Так, Деніел Белл пише про центральну роль теоретичного знання в постіндустріальному суспільстві, а Пітер Друкер обґрунтовує те, що знання стає вирішальним фактором виробництва, відсуваючи капітал на другий план.

У 1980–1990-х роках ідея знань як головного ресурсу стає самостійною концепцією, а в 2000-х рр. «суспільство знань» набуває політичного та нормативного закріплення, зокрема у звіті UNESCO Towards Knowledge Societies (2005) акцент робиться не лише на економіці, а й на освіті, рівному доступі до інформації, культурному різноманітті та подоланні цифрової нерівності.

В концепті «суспільства знань» знання розуміються як інтерпретована, осмислена інформація, здатна генерувати нову цінність та як ресурс для безпосередньої дії.

Ця концепція має соціально-гуманітарну орієнтацію, постулюючи необхідність доступності знань як суспільного блага, пріоритет розвитку особистості, поваги до культурного різноманіття та свободи вираження поглядів.



Рис. 2.3. Інформаційне суспільство vs суспільство знань

Сучасний розвиток інформаційного суспільства у світі відбувається за кількома стратегічними моделями: американською, фінською та сингапурською. *Американська модель* («Силіконова долина») передбачає вільний ринок і пріоритет приватної ініціативи, але й високий рівень соціальної нерівності. *Фінська модель* – це поєднання високих технологій із принципами «держави добробуту», безкоштовною освітою та низькою соціальною дистанцією. *Сингапурська модель* передбачає високий технологічний розвиток за умови жорсткого державного контролю та обмеженої свободи ЗМІ.

3. Загрози та виклики інформаційного суспільства

Становлення та розвиток інформаційного суспільства на межі ХХ та ХХІ століть докорінно змінили всі сфери людської життєдіяльності. Домінування інформації та знань стало основою економічного зростання, підвищення ефективності державного управління та розширення можливостей для міжособистісної комунікації. Проте стрімкий технічний прогрес і цифрова трансформація, поряд із численними перевагами, спричинили появу безпрецедентних викликів та загроз інформаційному суспільству. Згрупуємо їх за наступними категоріями.

3.1. Технологічні та інфраструктурні загрози та виклики

Кіберзлочинність та кібершпиунство. Стрімке зростання кількості атак (фішинг, DDoS, злам баз даних, АРТ-атаки) з метою крадіжки конфіденційної інформації, державних секретів, військових розробок та комерційних таємниць.

Вразливість критичної інфраструктури. Повсюдне впровадження інформаційних технологій істотно підвищує ефективність управління, однак водночас формує залежність від належного функціонування цифрових платформ, електронних сервісів та інформаційних систем. Це робить економіку та соціальну сферу критично вразливими перед кібератаками та технічними збоями, які здатні паралізувати роботу життєзабезпечуючих систем.

Виклики штучного інтелекту (ШІ). Зловмисники використовують ШІ для автоматизації кіберзагроз, пошуку вразливостей у системах та створення дипфейків.

3.2. Внутрішні, правові та кадрові ризики

Інсайдерські загрози та «тіньовий» ринок інформації. Сюди можна віднести, зокрема, ризики витоку інформації через некомпетентність персоналу (запуск шкідливого ПЗ), викрадення даних співробітниками та ненавмисну втрату фізичних носіїв (ноутбуків, серверів), нелегальний обіг баз даних з обмеженим доступом, банківських та комерційних таємниць.

Нормативно-правові прогалини. Більшість інформаційних небезпек не мають географічних меж, що потребує складної міжнародної координації та гармонізації законодавства. Повільна адаптація законодавства до новітніх технологій (блокчейн, ШІ, Big Data) та транскордонного характеру кіберзлочинів ускладнює притягнення зловмисників до відповідальності.

3.3. Інформаційно-психологічні ризики та виклики

Інформаційна війна та пропаганда. Системне використання дезінформації, маніпулювання громадською думкою та поширення фальшивих нових (фейків) для дестабілізації політичної ситуації та дискредитації державних інституцій.

Маніпуляція через соціальні мережі. Використання ботоферм для створення ілюзії масової підтримки певних ідей, таргетована реклама, що експлуатує емоції громадян, а також застосування дипфейків (реалістичних відео- та аудіопідробок) для дезінформації, дискредитації лідерів, ідей, процесів і рішень, просування вигідних маніпуляторам наративів.

Кібер-психологічний тероризм. Використання інформаційного простору для нагнітання паніки, залякування населення, поширення ідеології тероризму та підриву авторитету влади.

3.4. Соціокультурні та особистісні деструкції

Загрози приватності. Потенційне втручання у приватне життя через накопичення в базах даних відомостей про особисті вподобання, здоров'я, фінанси, підприємницьку діяльність тощо.

Втрата ідентичності та етнокультурної самобутності. Надмірне занурення у віртуальний світ загрожують людині соціальною самоізоляцією, а вплив чужорідних наративів – розмиванням етнокультурної самобутності.

Дегуманізація робочих процесів. Технологізація може призводити до послаблення міжособистісної взаємодії та зниження духовно-морального рівня суспільства.

Ослаблення критичного мислення. Через перевантаження інформацією користувачі часто втрачають здатність самостійно аналізувати інформацію, стаючи вразливими до маніпуляцій.

Низький рівень медіаграмотності та недостатня обізнаність населення щодо правил «цифрової гігієни» у поєднанні із постійним нарощенням кількості та обсягів технологій, які проникають у повсякденне та професійне життя громадян, роблять суспільство вразливим до ворожих ІПСО та кібератак.

Гібридні загрози з боку держави-агресора (Російської Федерації)

Проаналізовані вище загрози притаманні будь-якому інформаційному суспільству. Водночас в умовах збройної агресії проти України ці ризики набувають якісно іншого виміру – вони стають складовими цілеспрямованої гібридної стратегії впливу РФ. Тому доцільно розглядати гібридні загрози як специфічну форму реалізації вже окреслених ризиків в умовах війни.

Підри्व інформаційного суверенітету через комплексні стратегічні інформаційні операції (CIO). Деструктивна пропаганда, маніпулювання та поширення дезінформації ззовні та всередині України застосовуються державою-агресором з метою підриву стійкості суспільства та дестабілізації держави. Спеціальні служби Російської Федерації тривалий час проводять CIO проти України, які спрямовані, зокрема, на підри्व національної безпеки нашої держави,

її національних інтересів, ліквідацію української державності та знищення української ідентичності, провокування проявів екстремізму, панічних настроїв у суспільстві, загострення і дестабілізацію суспільно-політичної та соціально-економічної ситуації в Україні. Задіяння у цьому процесі Російською Федерацією всіх її спроможностей (політичних, інформаційних, економічних, розвідувальних та інших) залишається особливо небезпечним викликом для України.

Інформаційне домінування та ізоляція тимчасово окупованих територій (ТОТ). Ще одним національним викликом є інформаційне домінування Російської Федерації на ТОТ України. Державою-агресором застосовуються методи тотального придушення свободи слова, контролю над редакційною політикою засобів масової інформації та інших інформаційних ресурсів, що функціонують на ТОТ. Сюди регулярно завозиться потужне передавальне обладнання та здійснюється блокування українських інформаційних ресурсів, що слугує намаганням Російської Федерації створити альтернативну, викривлену інформаційну реальність, побудовану на власних, загарбницьких наративах.

Репресії та ідеологічна обробка. Регулярні репресії стосовно незалежних журналістів, а також переслідування за перегляд українського контенту є характерним для ТОТ. Окремою загрозою є мілітаризація освіти та інформаційний вплив на дітей, які проживають на ТОТ. Інформаційний тиск, що здійснюється державою-агресором через освітню систему, негативно відображається й на дітях, які проживають на ТОТ, адже через свій вік вони є особливо вразливими для впливу інформаційних кампаній.

Протидія євроатлантичній інтеграції. Російська Федерація системно намагається формувати негативне ставлення до членства в ЄС і НАТО через поширення дезінформації, історичних маніпуляцій і конспірологічних наративів. Така діяльність спрямована на зміну громадської думки, зокрема через експлуатацію міфів про «втрату суверенітету», «зовнішнє управління», «економічне зубожіння» або «втягування у чужі війни». Її метою є підірив конституційно закріпленого зовнішньополітичного курсу держави та

дискредитація реформ, пов'язаних з імплементацією європейських стандартів у сфері публічного управління, сектору безпеки та боротьби з корупцією.

Технологічна залежність та вразливість критичної інфраструктури. Інформаційні технології, продукти та послуги є важливою складовою життєзабезпечення сучасного українського суспільства. Значна частина національної інформаційної інфраструктури України залежить від іноземних технологій, програмного забезпечення та обладнання, що створює приховані вразливості. Системи управління в енергетиці, транспорті, зв'язку та банківському секторі є пріоритетними цілями Російської Федерації, оскільки їх зупинка здатна паралізувати життєдіяльність країни, спричинити соціальну та економічну нестабільність.

Як бачимо, ці загрози та виклики є взаємопов'язаними і взаємодоповнюючими, що посилює їх негативний вплив та ускладнює розроблення засобів протидії. Подолання цих викликів та загроз вимагає комплексного підходу: від впровадження інноваційних систем захисту та удосконалення законодавства до активного підвищення медіакультури кожного громадянина.

ЛЕКЦІЯ 3. Тема 3. Інформаційна безпека у міжнародних відносинах

Основні питання:

1. Міжнародні стандарти у сфері інформаційної безпеки.
2. Інститути й інструменти забезпечення інформаційної безпеки України.
3. Інформаційна безпека особистості.

Завдання на СРС:

Як міжнародні стандарти ISO/IEC у сфері інформаційної безпеки можуть бути застосовані державними установами для зниження кіберризиків?

Як інститути системи національної безпеки України взаємодіють між собою у протидії дезінформаційним та інформаційно-психологічним операціям?

Як держава може поєднувати забезпечення інформаційної безпеки та дотримання свободи слова в умовах війни?

Як особистість може підвищувати власну інформаційну безпеку в умовах зростання кіберзагроз і поширення дипфейків?

Як держава може захищати інформаційну безпеку і водночас поважати право людини на приватність?

Література:

основна – 4, 12, 14, 18, 27, 28, 29, 31; додаткова – 67, 69, 85, 95, 110, 114, 125, 127, 130.

Конспект лекції

1. Міжнародні стандарти у сфері інформаційної безпеки

У 1947 році була створена Міжнародна організація зі стандартизації (International Standards Organization, далі – ISO). Перші стандарти інформаційної безпеки були розроблені на початку 80-х років XX ст. У першу чергу вони стосувалися інформаційної безпеки ПЕОМ.

Низка міжнародних стандартів ISO визначають технічні та організаційні вимоги до механізму управління інформаційною безпекою, включно з кібербезпекою, демонструють кращі практики протидії ризикам у відповідній сфері. Зазначена група стандартів також охоплює методи протидії кіберризикам,

порушенням конфіденційності інформації, закріплює засоби технічного захисту інформації з урахуванням правових режимів і сфери поширення інформації.

Нині до чинних стандартів ISO, які стосуються інформаційної та кібербезпеки, належать:

ISO/IEC 27000:2018 (ДСТУ ISO/IEC 27000:2019) Інформаційні технології. Методи захисту. Системи керування інформаційною безпекою. Огляд і словник термінів (Стандарти ISO, як правило, переглядаються щорічно. Станом на листопад 2026 року нова версія стандарту перебуває на стадії прийняття).

ISO/IEC 27001:2022 (ДСТУ ISO/IEC 27001:2023) Інформаційна безпека, кібербезпека та захист конфіденційності. Системи керування інформаційною безпекою. Вимоги. Стандарт містить опис загальних вимог щодо забезпечення інформаційної безпеки, закріплює термінологічний словник у цій сфері, що має застосовуватися у нормативній та технічній документації, що стосується інформаційної безпеки.

ISO/IEC 27002:2022 (ДСТУ ISO/IEC 27002:2023) Інформаційна безпека, кібербезпека та захист конфіденційності. Заходи контролювання інформаційної безпеки. Стандарт, який окрім опису засобів забезпечення інформаційної безпеки, також надає опис кращих моделей забезпечення інформаційної безпеки, методів управління ризиками, зокрема, у цифровому середовищі.

ISO/IEC 27003:2017 (ДСТУ ISO/IEC 27003:2018) Інформаційні технології. Методи захисту. Системи керування інформаційною безпекою. Настанова. Стандарт містить пояснення та рекомендації щодо ISO/IEC 27001:2013. Наразі профільний технічний комітет розробляє нову версію стандарту.

ISO/IEC 27004:2016 (ДСТУ ISO/IEC 27004:2018) Інформаційні технології. Методи захисту. Системи керування інформаційною безпекою. Моніторинг, вимірювання, аналізування та оцінювання. Стандарт надає рекомендації, призначені для допомоги організаціям в оцінці ефективності інформаційної безпеки та ефективності системи управління інформаційною безпекою з метою виконання вимог ISO/IEC 27001:2013, 9.1. Він встановлює моніторинг та

вимірювання ефективності інформаційної безпеки; моніторинг та вимірювання ефективності системи управління інформаційною безпекою (**СУІБ**), включаючи її процеси та засоби контролю; аналіз та оцінку результатів моніторингу та вимірювання. Наразі цей стандарт знаходиться на етапі оновлення.

ISO/IEC 27005:2022 (ДСТУ ISO/IEC 27005:2023) Інформаційна безпека, кібербезпека та захист конфіденційності. Настанова керування ризиками інформаційної безпеки. Стандарт пропонує структурований підхід до виявлення, оцінки та обробки ризиків інформаційної безпеки в усіх типах організацій та допомагає організаціям впроваджувати ефективне мислення щодо ризиків у свої СУІБ, узгоджуючи це з ISO/IEC 27001 та ISO 31000, та забезпечуючи проактивне управління загрозами.

ISO/IEC 27006-1:2024 Інформаційна безпека, кібербезпека та захист конфіденційності. Вимоги до органів, що здійснюють аудит та сертифікацію систем управління інформаційною безпекою. Стандарт доповнює ISO/IEC 17021-1, адаптуючи правила до конкретного контексту сертифікації СУІБ, забезпечуючи компетентну, послідовну та неупереджену видачу сертифікатів.

ISO/IEC 27007:2020 Інформаційна безпека, кібербезпека і захист конфіденційності. Настанови щодо здійснення аудитів систем управління інформаційною безпекою. Стандарт містить вказівки щодо управління програмою аудиту СУІБ, проведення аудитів і компетентність аудиторів СУІБ, на додаток до настанов, що містяться в ISO 19011. Цей документ застосовується до тих, кому потрібно розуміти або проводити внутрішні чи зовнішні аудити СУІБ, або керувати програмою аудиту СУІБ. Стандарт знаходиться на стадії перегляду.

ISO/IEC TS 27008:2019 (ДСТУ ISO/IEC TS 27008:2019) Інформаційні технології. Методи захисту. Настанова щодо оцінювання захисту інформаційної безпеки. Стандарт містить рекомендації щодо перегляду та оцінки впровадження та функціонування засобів контролю інформаційної безпеки, включаючи технічну оцінку засобів контролю інформаційної системи, відповідно до встановлених вимог організації до інформаційної безпеки. Застосовується до організацій усіх

типів та розмірів, включаючи державні та приватні компанії, урядові установи та некомерційні організації.

ISO/IEC FDIS 27017 Інформаційна безпека, кібербезпека та захист конфіденційності. Засоби контролю інформаційної безпеки на основі ISO/IEC 27002 для хмарних сервісів. Цей документ містить рекомендації щодо заходів контролю інформаційної безпеки на основі ISO/IEC 27002, що застосовуються до надання та використання хмарних послуг. Цей документ застосовується до всіх типів моделей розгортання хмари. (Абревіатура FDIS замість року прийняття стандарту у назві вказує на те, що це проєкт стандарту на етапі «реєстрація остаточного проєкта для офіційного прийняття»).

ISO/IEC 27018:2025 Інформаційна безпека, кібербезпека та захист конфіденційності. Керівні принципи захисту персональної інформації у публічних хмарах, що діють як обробники персональних даних. Стандарт побудований на основі ISO/IEC 27002 та окреслює засоби контролю та принципи, адаптовані до хмарних середовищ, гарантуючи, що постачальники хмарних послуг обробляють персональні дані відповідально, прозоро та безпечно.

ISO/IEC 27701:2025 Інформаційна безпека, кібербезпека та захист конфіденційності. Системи управління конфіденційною інформацією. Вимоги та рекомендації. Стандарт встановлює вимоги до створення, впровадження, підтримки та постійного вдосконалення системи управління конфіденційною інформацією. Він надає структуровану, міжнародно визнану основу, яка допомагає організаціям демонструвати підзвітність, керувати ризиками, пов'язаними з персональною інформацією, та постійно вдосконалювати свої методи забезпечення конфіденційності. Він також надає рекомендації для підтримки організацій у впровадженні цих вимог на практиці.

ISO/IEC 27555:2021 Інформаційна безпека, кібербезпека та захист конфіденційності. Керівні принципи щодо видалення персональної інформації. Стандарт призначений для використання організаціями, де зберігається або обробляється персональна інформація. Він містить узгоджену термінологію для видалення персональних даних, широке визначення ролей, обов'язків та процесів,

опис необхідної документації та підходи до визначення правил видалення ефективним способом (стандарт на стадії оновлення).

ISO 27799:2025 Медична інформатика. Засоби контролю інформаційної безпеки в охороні здоров'я на основі ISO/IEC 27002. Стандарт встановлює рекомендації та загальні принципи для забезпечення безпеки інформації в організаціях у сфері охорони здоров'я, зокрема щодо програмне забезпечення та систем, спеціально призначених для охорони здоров'я (системи електронних медичних записів, медичні пристрої) та іншого цифрового обладнання (наприклад, для контролю навколишнього середовища та інфекцій, управління будівлями та фізичної безпеки), яке може використовуватися в приміщеннях, де надається медична допомога.

Як бачимо, міжнародні стандарти в галузі інформаційної безпеки можуть стосуватися як будь-яких організацій та видів діяльності (наприклад, ISO/IEC 27002:2022 (Загальні настанови з керування інформаційною безпекою) 27005:2022 (Настанова керування ризиками інформаційної безпеки), так і описувати вимоги та рекомендації щодо окремих сфер чи процедур (зокрема ISO/IEC 19792:2025 (оцінювання інформаційної безпеки біометричних систем) чи ISO 27799:2025 (інформаційна безпека в медичних установах)). Сьогодні міжнародні стандарти у сфері інформаційної безпеки є основою для розробки національних стандартів та стандартів окремих організацій, підприємств та установ, з метою впровадження ефективних методів управління інформаційною безпекою.

2. Інститути й інструменти забезпечення інформаційної безпеки України

Інформаційна безпека України, згідно із «Стратегією інформаційної безпеки України» 2021 року, – це складова частина національної безпеки України, стан захищеності державного суверенітету, територіальної цілісності, демократичного конституційного ладу, інших життєво важливих інтересів людини, суспільства і держави, за якого належним чином забезпечуються

конституційні права і свободи людини на збирання, зберігання, використання та поширення інформації, доступ до достовірної та об'єктивної інформації, існує ефективна система захисту і протидії нанесенню шкоди через поширення негативних інформаційних впливів, у тому числі скоординоване поширення недостовірної інформації, деструктивної пропаганди, інших інформаційних операцій, несанкціоноване розповсюдження, використання й порушення цілісності інформації з обмеженим доступом.

2.1. Інституційне забезпечення інформаційної безпеки

Інституційне забезпечення інформаційної безпеки – це сукупність державних і недержавних інституцій, які створюють нормативно-правові, організаційні та економічні умови для реалізації державної політики.

Відповідно до законодавства України, суб'єктами, що визначають і втілюють інформаційну політику, є:

Президент України – здійснює загальне керівництво та координацію через апарат Ради національної безпеки і оборони України;

Рада національної безпеки і оборони України відповідно до Конституції України та у встановленому законом порядку здійснює координацію діяльності органів виконавчої влади щодо забезпечення національної безпеки в інформаційній сфері, зокрема з використанням спроможностей Центру протидії дезінформації;

Верховна Рада України – формує законодавчу базу та здійснює парламентський контроль;

Кабінет Міністрів України забезпечує формування та реалізацію інформаційної політики держави, забезпечує інформаційний суверенітет, фінансування програм, пов'язаних з інформаційною безпекою, спрямовує і координує роботу міністерств, інших органів виконавчої влади у цій сфері;

Органи державної влади у взаємодії з органами місцевого самоврядування, Центром протидії дезінформації та інститутами громадянського суспільства

забезпечують реалізацію Стратегії інформаційної безпеки України згідно з планом заходів, який затверджується Кабінетом Міністрів України;

Центральний орган виконавчої влади, що забезпечує формування та реалізацію державної політики в інформаційній сфері:

- здійснює в межах компетенції нормативно-правове регулювання у сфері інформаційної безпеки України;
- визначає перспективи та пріоритетні напрями розвитку у сфері інформаційної безпеки України;
- разом із Міністерством закордонних справ України сприяє популяризації та формуванню позитивного іміджу України у світових інформаційних ресурсах та національних інформаційних ресурсах іноземних держав з метою захисту її політичних, економічних та соціально-культурних інтересів, зміцнення національної безпеки і відновлення територіальної цілісності України.

Міністерство оборони України, а також сили оборони в межах компетенції забезпечують:

- моніторинг інформаційного простору, прогнозування та виявлення інформаційних загроз національній безпеці держави у воєнній сфері;
- підготовку та проведення інформаційних заходів оборони держави, координацію залучення до них суб'єктів забезпечення національної безпеки держави;
- розвиток та функціонування системи стратегічних комунікацій сил оборони;
- здійснення правових, організаційних, технічних, інформаційних та інших дій щодо забезпечення власної інформаційної безпеки, у тому числі захисту єдиного інформаційного середовища сил оборони, зокрема в місцях дислокації, розгортання та застосування угруповань, військових частин та підрозділів Збройних Сил України, інших військових формувань, утворених відповідно до законів України;
- зв'язки з українськими та іноземними засобами масової інформації щодо висвітлення ситуації у районах здійснення заходів із забезпечення

національної безпеки і оборони, відсічі і стримування збройної агресії Російської Федерації у Донецькій та Луганській областях;

- протидію інформаційним операціям та іншим заходам інформаційного впливу, спрямованим проти Збройних Сил України та інших військових формувань, утворених відповідно до законів України;
- донесення достовірної інформації до військовослужбовців Збройних Сил України, інших складових сил оборони.

Служба безпеки України у межах компетенції здійснює:

- моніторинг спеціальними методами і способами вітчизняних та іноземних засобів масової інформації та Інтернету з метою виявлення загроз національній безпеці України в інформаційній сфері;
- протидію проведенню проти України спеціальних інформаційних операцій, спрямованих на підриг конституційного ладу, порушення суверенітету і територіальної цілісності України, загострення суспільно-політичної та соціально-економічної ситуації.

Розвідувальні органи України у процесі провадження розвідувальної діяльності мають сприяти реалізації та захисту національних інтересів України в інформаційній сфері за кордоном, здійснювати виявлення та протидію зовнішнім інформаційним загрозам у сфері безпеки та оборони держави.

Національна рада України з питань телебачення і радіомовлення відповідно до компетенції бере участь у забезпеченні захисту українського інформаційного простору від пропагандистської аудіовізуальної продукції держави-агресора, сприяє розповсюдженню українського телерадіомовлення на тимчасово окупованих територіях України.

2.2. Інструменти забезпечення інформаційної безпеки України

Основою нормативно-правової бази щодо інформаційної безпеки в Україні складають:

Конституція України – закріплює право на свободу слова та доступ до інформації, водночас визначаючи захист суверенітету як найважливішу функцію держави.

Закон України «Про національну безпеку України» – інформаційна безпека трактується не просто як захист даних, а як захист свідомості громадян та інформаційного суверенітету держави від зовнішніх і внутрішніх загроз.

Закон України «Про інформацію» – визначає право на інформацію: кожна особа має право на вільне одержання, використання, поширення та зберігання відомостей, необхідних їй для реалізації своїх прав і свобод.

Закон України «Про захист інформації в інформаційно-комунікаційних системах» – є фундаментом для побудови систем безпеки в таких сервісах, як «Дія», державні реєстри та системи банківського сектору.

Стратегія інформаційної безпеки – основоположний документ, що визначає актуальні загрози та стратегічні цілі держави у сфері інформаційної безпеки.

Постанова Кабінету Міністрів України «Деякі питання захисту інформаційних, електронних комунікаційних та інформаційно-комунікаційних систем» – нормативно-правовий акт, що регулює сучасні вимоги до кіберзахисту та безпеки інформації в Україні.

Наведена нормативно-правова база визначає загальні засади, принципи та межі функціонування системи інформаційної безпеки в Україні. Водночас ефективна реалізація цих положень потребує застосування комплексу практичних інструментів, які забезпечують їх втілення на рівні державного управління, технологічної інфраструктури та суспільної взаємодії. Саме через такі інструменти відбувається трансформація законодавчих норм у конкретні механізми запобігання загрозам, реагування на інформаційні виклики та формування стійкого інформаційного середовища.

До *інструментів забезпечення інформаційної безпеки України* належать насамперед *організаційно-управлінські інструменти*, що реалізуються через діяльність уповноважених державних органів і координаційних структур. Йдеться про системи стратегічних комунікацій, кризового інформування, міжвідомчої

взаємодії та моніторингу інформаційного простору. Важливу роль відіграють центри протидії дезінформації, аналітичні підрозділи та ситуаційні центри, які забезпечують виявлення інформаційних загроз, оперативне реагування та формування узгодженої позиції держави. Такі інструменти дозволяють не лише реагувати на інформаційні атаки, а й проактивно формувати інформаційний порядок денний.

Не менш значущими є *технологічні інструменти*, що охоплюють кіберзахист, системи виявлення та запобігання кібератакам, захист державних інформаційних ресурсів, а також використання цифрових платформ для безпечної комунікації. До них належать засоби криптографічного захисту, системи резервного зберігання даних, інструменти аналізу великих даних та алгоритми виявлення дезінформації. У сучасних умовах особливого значення набуває співпраця з міжнародними партнерами у сфері кібербезпеки, що дозволяє інтегрувати українські системи у глобальні мережі реагування на кіберінциденти та підвищувати стійкість критичної інформаційної інфраструктури.

Окрему групу становлять *комунікаційно-інформаційні та соціокультурні інструменти*, спрямовані на формування стійкості суспільства до інформаційних впливів. До них належать державні інформаційні кампанії, проєкти з медіаграмотності, підтримка національного інформаційного продукту, а також взаємодія з громадянським суспільством і медіа. Важливим інструментом є також міжнародна інформаційна співпраця, участь у спільних ініціативах із протидії дезінформації та просування національних інтересів у глобальному інформаційному просторі. Сукупність цих інструментів забезпечує не лише захист інформаційного середовища, а й формування довіри до державних інституцій та підвищення інформаційної стійкості суспільства.

На малюнку нижче наведені принципи реалізації інструментів забезпечення інформаційної безпеки України.



Рис. 3.1. Принципи реалізації інструментів забезпечення інформаційної безпеки України

Інформаційна безпека України в умовах війни та глобалізації є визначальним фактором стійкості держави. Вона базується на складному поєднанні інституційно-правових та організаційно-технічних інструментів. Так, в умовах повномасштабного вторгнення було запроваджено цілодобовий телемарафон «Єдині новини #UAразом», що стало інструментом єдиної інформаційної політики, спрямованим на запобігання паніці та згуртування населення. В той же час зростання ролі соціальних мереж (особливо Telegram) створило нові виклики через анонімність та відсутність відповідальності за поширення фейків.

Отже, ключем до перемоги в інформаційній війні є формування високого рівня медіакультури суспільства, здатність держави до стратегічних комунікацій та активне міжнародне співробітництво.

3. Інформаційна безпека особистості

У сучасному світі інформаційна сфера стала ключовою ареною боротьби за національну безпеку. Процеси глобальної цифровізації та створення єдиного інформаційного простору без кордонів призвели до того, що людина опинилася зануреною у світ надлишкової інформації, де слабкі механізми ідентифікації та неможливість повного контролю над персональними даними створюють загрози особистій свободі. Інформаційна безпека особистості сьогодні розглядається не просто як технічне питання, а як фундаментальна проблема буття людства, що безпосередньо впливає на сталий розвиток суспільства.

Для України це питання є критично актуальним, оскільки наше суспільство перебуває під постійним тиском інформаційних та психологічних операцій, спрямованих на дискредитацію національних цінностей та дестабілізацію внутрішньої політики. Сьогодні інформаційна сфера – це ключова арена боротьби за національну безпеку, де безпека людини є основою безпеки всієї країни.

У науковому дискурсі виокремлюють два основні підходи до розуміння інформаційної безпеки особистості: як стан захищеності та як інтегральна якість особистості.

Перший підхід до інформаційної безпеки особистості визначає безпеку як **стан захищеності** життєво важливих інтересів людини. У цьому контексті безпека досягається тоді, коли мінімізується шкода від неповної, несвоєчасної чи недостовірної інформації, а також від негативних наслідків використання інформаційних технологій.

В межах другого підходу, інформаційна безпека розглядається як **інтегральна якість особистості** – готовність і здатність людини зберігати цілісність своїх світоглядних позицій, системи цінностей та життєвих стратегій в умовах деструктивних інформаційно-психологічних впливів.

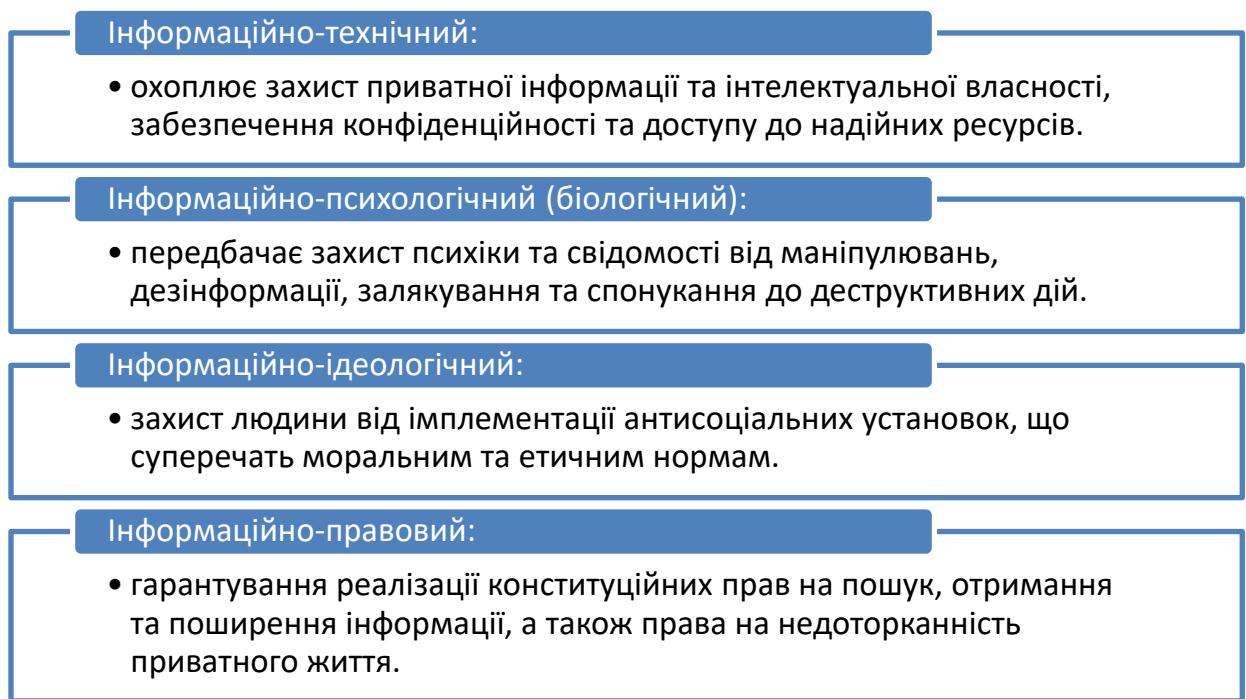


Рис. 3.2. Критично важливі аспекти інформаційної безпеки особистості

Отже, інформаційна безпека особистості є фундаментом національної безпеки. Вона вимагає не лише технічного захисту даних, а й формування когнітивної стійкості людини. Держава має забезпечувати правове поле та протидіяти дезінформації через такі органи, як Центр протидії дезінформації, проте кінцева захищеність залежить від здатності самої особистості критично оцінювати інформацію та зберігати власну ідентичність.

ЛЕКЦІЯ 4. Тема 4. Теорія інформаційної війни

Основні питання:

1. Поняття інформаційної війни.
2. Види інформаційної війни.
3. Інформаційне протиборство та інформаційна зброя.

Завдання на СРС:

Як можна концептуально визначити інформаційну війну та які її ключові ознаки відрізняють її від традиційних форм воєнного протиборства?

Як відрізняються інформаційно-технічний та інформаційно-психологічний види інформаційної війни за об'єктами, засобами та наслідками впливу?

Як співвідносяться поняття «інформаційне протиборство» та «інформаційна війна» у теорії та практиці сучасних міжнародних відносин?

Як класифікується інформаційна зброя за метою застосування та способом реалізації, і які приклади кожного виду можна навести?

Як сучасні інструменти інформаційної війни (ІІСО, дезінформація, пропаганда, меметичний контент) впливають на формування громадської думки та суспільні настрої?

Література:

основна – 7, 33, 36, 52; додаткова – 72, 80, 87, 89, 99, 112, 121, 129, 133, 139.

Конспект лекції

1. Поняття інформаційної війни

Інформаційна війна – вплив на населення іншої країни у мирний або військовий час шляхом розповсюдження певної інформації з метою досягнення політичної, економічної або військової переваги та захист громадян власної країни від такого впливу. Це форма протистояння, у якій інформація стає основною зброєю, а інформаційні системи – головною мішенню (інформаційні ресурси та інформаційно-технічні системи управління, зв'язку, навігації, комп'ютерні мережі, радіоелектронні засоби тощо).

Головними завданнями інформаційної війни є підриз морально-психологічного стану, зміна поведінкового й емоційного настрою, дезорієнтація та дезінформація, послаблення певних традицій і переконань, залякування власного народу образом ворога, а супротивника – своєю могутністю, забезпечення ринків збуту (як складова конкурентної боротьби).

Спроби залякати супротивника за допомогою агітації, дезінформації та пропаганди відомі з часів Стародавнього Єгипту, Греції та Риму, однак особливого значення інформаційна війна набула у 20 ст., коли розвиток медіа (газети, радіо, телебачення, Інтернет) дав змогу маніпулювати масовою свідомістю на значних відстанях. Так, у 1920-х рр. США готували радіопередачі відповідного змісту для регіонів традиційних політичних інтересів – країн Латинської Америки; Велика Британія – для своїх колоній; Німеччина, що домагалася перегляду Версальського миру, – для німців, які мешкали у Померанії та Верхній Сілезії (Польща) і Судетах (Чехо-Словаччина). СРСР використовував методи інформаційної війни для пропаганди ідеї світової революції та дискредитації капіталістичного державного устрою, при цьому значну увагу приділяли захисту власного населення від впливу іноземних масмедіа, що загалом притаманно всім тоталітарним режимам.

Під час 2-ї світової війни паралельно із воєнними діями активну інформаційну війну вели обидві сторони (яскравий приклад масової зміни суспільної свідомості – діяльність міністра народної освіти й пропаганди нацистської Німеччини П.-Й. Геббельса). Зразком класичної інформаційної війни, що не переросла у збройний конфлікт, є т. зв. холодна війна 1946-91 р. між СРСР і США та їхніми союзниками.

Уперше поняття «інформаційна війна» визначено в директиві Міністерства оборони США (1992). Нині в армії США (а також інших країн) діють спеціалізовані підрозділи відповідного профілю.

Усі великі збройні конфлікти кін. 20 – поч. 21 ст. – війни в Іраку 1991 і 2003, військова операція НАТО проти Югославії 1999, грузино-осетинський конфлікт 2008, повалення повстанцями (за допомогою країн НАТО) режиму М. Каддафі в

Лівії 2011 тощо – супроводжувалися масованими інформаційними атаками. Ще з часів Помаранчевої революції Російська Федерація активно використовує інформаційні технології та масмедіа для досягнення своїх політичних цілей, підриву довіри до української національно орієнтованої влади, зокрема з метою перетворення України на державне утворення, лояльне до РФ.

Завданнями інформаційної війни є:

- створення атмосфери бездуховності, негативного ставлення до культури та історичної спадщини в суспільстві конкурента чи ворога;
- маніпулювання громадською думкою й політичними орієнтаціями населення держави з метою створення політичного напруження та стану, близького до хаосу;
- дестабілізація політичних відносин між партіями, об'єднаннями та рухами для розпалення конфліктів, стимулювання недовіри, підозри, загострення ворожнечі, боротьби за владу;
- провокування та застосування репресій із боку влади до опозиції;
- зниження рівня інформаційного забезпечення органів влади та управління, інспірація помилкових управлінських рішень;
- уведення населення в оману щодо роботи державних органів влади, підрив їхнього авторитету, дискредитація їхніх дій;
- провокування соціальних, політичних, національно-етнічних і релігійно конфесійних зіткнень;
- ініціювання страйків, масових заворушень, інших акцій протесту та непокори;
- підрив міжнародного авторитету держави, її співпраці з іншими країнами;
- створення чи посилення опозиційних угруповань або рухів;
- дискредитація фактів історичної, національної самобутності народу;
- зміна системи цінностей, які визначають спосіб життя і світогляд людей;

- применшення та нівелювання визнаних світових досягнень у науці, техніці й інших галузях, перебільшення значення помилок, недоліків, наслідків хибних дій та некваліфікованих урядових рішень;
- формування передумов до економічної, духовної чи військової поразки, втрати волі до боротьби та перемоги;
- подання свого способу життя як поведінки та світогляду майбутнього, які мають наслідувати інші народи;
- підрив морального духу населення і, як наслідок, зниження обороноздатності та бойового потенціалу; здійснення іншого деструктивного ідеологічного впливу;
- завдання шкоди інформаційно-технічній інфраструктурі (машинно-технічним засобам, програмному забезпеченню, мережам передавання даних, засобам та режиму захисту від несанкціонованого витоку інформації).

Інформаційна війна реалізується через акції інформаційного впливу (AIB) та спеціальні інформаційні операції (CIO). CIO – це комплекс взаємопов'язаних акцій, що проводяться за єдиним планом і тривають від двох тижнів до місяця, проходячи етапи створення приводу, його «розкручування» та виходу з операції.

Об'єкти інформаційної війни поділяються на загальні, спеціальні та об'єкти розвідувальних спрямувань.

До **загальних об'єктів** належать: правопорядок, нормальне функціонування органів влади й управління, мобілізаційна готовність і боєздатність збройних сил, органів безпеки та правоохоронних структур, налагоджені зовнішньополітичні зв'язки, міжнародний авторитет держави.

До **спеціальних об'єктів** відносять: суспільство загалом та окремі його верстви, прошарки, групи осіб, окремі їх представники. Це може бути той чи інший етнічний або соціальний прошарок чи навіть специфічні групи осіб, приміром представники маргінальних елементів, зокрема засуджені, бомжі, сектанти, політизовані радикали з націоналістів, анархістів тощо.

До категорії **об'єктів розвідувальних спрямувань** належать:

- засоби масової інформації та комунікації, інформаційні агентства, незалежні аналітичні центри й дослідні установи, які постійно займаються висвітленням ситуацій, що виникають у державі, регіоні та світі, здійснюють аналіз і прогнозування можливого перебігу подій, тенденцій у суспільно політичних, геополітичних, геоекономічних та геостратегічних процесах;
- відповідні підрозділи міністерств, відомств чи інших органів державного управління, на які покладається обов'язок налагодження й підтримання зв'язків із громадськістю та інформування останньої щодо діяльності за значених установ, а також інші об'єднання громадян, які виступають від імені своїх членів. Такими структурами є політичні партії та блоки, громадські організації, профспілки й т. ін., які певним чином впливають на політичні процеси в державі.

До **основних об'єктів деструктивного впливу інформаційної війни** можна віднести:

1. ідеологічно-психологічне середовище суспільства, пов'язане з використанням інформації, інформаційних ресурсів та інформаційної інфраструктури для здійснення впливу на психіку й поведінку людей;
2. інформаційні ресурси, які розкривають духовні, культурні, історичні, національні цінності, традиції, надбання держави, нації в різних сферах життя суспільства;
3. інформаційну інфраструктуру, тобто абсолютно всі проміжні ланки між інформацією та людиною;
4. систему формування суспільної свідомості (світогляд, політичні погляди, загальноприйняті правила поведінки тощо);
5. систему формування громадської думки;
6. систему розроблення та прийняття політичних рішень;
7. свідомість і поведінку людини.

Попри все, головним об'єктом ураження залишається людина, прихований вплив на яку здійснюється через її нервову систему та психіку, здебільшого на підсвідомому рівні.

Отже, інформаційна війна є одним з найбільших викликів сучасного світу. Її наслідки можуть бути руйнівними для будь-якого суспільства, економіки та політичної стабільності.

2. Види інформаційної війни

В умовах глобалізації та бурхливого розвитку технологій інформація перетворилася на стратегічний національний ресурс, а інформаційна війна стала невід'ємним компонентом національної безпеки та повноцінним театром воєнних дій. На відміну від конфліктів минулого, сучасна інформаційна війна визначається як комплекс заходів інформаційного забезпечення, протидії та захисту, що проводяться за єдиним задумом для досягнення переваги над опонентом. Характерною рисою цього протистояння є те, що перемога в ньому часто виявляється вагомішою за успіхи у збройному зіткненні, оскільки вона дозволяє паралізувати волю противника ще до початку бойових дій.

Технічний та психологічний види інформаційної війни

Традиційно в теорії виділяють два базові види залежно від об'єкта впливу: інформаційно-технічну та інформаційно-психологічну інформаційну війну. *Інформаційно-технічний* вид спрямований на дезорганізацію систем управління та зв'язку через використання комп'ютерних вірусів, програмних закладок, «логічних бомб» та засобів радіоелектронного придушення. Натомість об'єктом *інформаційно-психологічної* інформаційної війни є свідомість і підсвідомість особистості, а також психіка населення й особового складу військ. Її мета полягає у деформації свідомості та зміні ціннісних орієнтацій людей для корекції їхньої поведінки в інтересах суб'єкта впливу.

Концепт «інформаційного насильства»

У контексті сучасних досліджень науковці виокремлюють специфічний вид впливу – «інформаційне насильство». Це явище визначається як цілеспрямований

несиловий вплив на ментальну сферу через маніпулювання інформацією, що призводить до порушення інформаційної свободи об'єкта та може заподіяти шкоду його здоров'ю. Таке насильство через пропаганду та дезінформацію діє на духовну структуру особистості так само потужно, як і загроза фізичної розправи, використовуючи емоції, зокрема страх, як регулятори поведінки. Також ще раз згадаємо інформаційний тероризм – поширення загроз і перекручених фактів для створення атмосфери паніки та деморалізації суспільства.

Новітні види інформаційної війни: іміджева, семантична та меметична

На зламі століть інформаційна війна набула нових форм. Іміджева війна спрямована на негативний вплив на репутацію противника з метою його дискредитації перед світовою спільнотою. Семантична (сміслова) війна ведеться за ідентичність і цінності, намагаючись «переконструювати» соціум через нав'язування чужих ідеологем, таких як концепт «руського миру». В епоху соціальних медіа виникла «меметична війна» (memetic warfare), де зброєю стає віральний контент і меми, здатні миттєво поширювати потрібні наративи.

Важливою особливістю сучасного етапу є роль громадянського суспільства в обороні. Поряд із державними структурами (РНБО, СБУ), значну роль відіграють волонтерські спільноти, такі як «Ельфи» – групи експертів, що протидіють «тролям» та дезінформації. Ефективна протидія також включає діяльність OSINT-спільнот та фактчекінгових проєктів (StopFake, VoxCheck), що створює багаторівневу систему захисту.

У межах НАТО та ЄС інформаційна війна розглядається як ключовий елемент гібридних загроз. Для протидії пропонується, зокрема, модель «циркуляторного інституціоналізму» М. Сенка та Н. Гінека (Michal Šenk, Nik Hupnek), яка передбачає інтеграцію волонтерського експертного досвіду в офіційні структури. Стратегічна інформаційна війна другого покоління спрямована вже не на підтримку військових дій, а на повну зміну світогляду противника, що в перспективі може призвести до відмови від використання фізичної сили.

Інструменти інформаційної війни, які використовує РФ проти України

Сучасні інформаційні війни – це синтез класичних інструментів інформаційного впливу та новітніх технологій, властивих інформаційному суспільству. Росія використовує широке коло інструментів, прагнучи отримати перевагу на інформаційному фронті та конвертувати її у політичні, економічні та воєнні здобутки. Можемо виділити наступні інструменти, що використовує Росія в інформаційній війні проти України.

Дезінформація: поширення неправдивої інформації, чуток, маніпулятивних і спекулятивних тверджень, перебільшень тощо) для створення в суспільстві плутанини, недовіри до офіційних джерел та маніпулювання громадською думкою (великий акцент Росія робить на соціальні мережі).

Пропаганда: систематичне поширення бажаних наративів (певних ідей) з метою формування в українському суспільстві переконань щодо тих чи інших подій, фактів, персоналій.

Психологічні операції (ІПСО): комплекс заходів, спрямованих на зниження морального духу, деморалізацію військ та населення.

Кібератаки: здійснення хакерських атак на комп'ютерні системи, мережі та інфраструктуру з метою виведення їх із ладу, крадіжки даних або дестабілізація роботи державних органів, підприємств та організацій.

Використання пропагандистських медіа: російські державні телеканали та інформаційні агентства транслюють інформацію для своїх громадян, якою виправдовують агресію проти України, дискредитують її захисників, формують переконання необхідності вести війну.

Цензура та обмеження доступу до інформації: російська влада здійснює жорстку цензуру всередині країни, обмежуючи доступ до незалежних джерел інформації, створюючи інформаційний вакуум.

Отже, інформаційна війна у XXI столітті – це екзистенційний виклик, що охоплює технічну інфраструктуру, ментальну сферу та культурний код націй. Вона діє за накопичувальним принципом, подібним до радіації, поступово деформуючи суспільні норми та волю до опору. Перемога в цьому протистоянні вимагає не лише державних зусиль, а й активної участі громадянського

суспільства, розвитку медіаграмотності та створення гнучких систем кіберзахисту.

3. Інформаційне протиборство та інформаційна зброя

В сучасну епоху інформація є основним джерелом влади та визначальним ресурсом суспільного розвитку. Характерною рисою сучасної цивілізації є її детермінованість інформаційними процесами, від яких залежить стан усіх сфер життя суспільства.

У зв'язку з цим ***інформаційне протиборство*** розглядається у двох основних значеннях.

1. У широкому розумінні – це форма боротьби, що становить сукупність спеціальних (політичних, економічних, дипломатичних, технологічних, військових та інших) методів і засобів впливу на інформаційну сферу опонента та захисту власної.

2. У вузькому розумінні (військова сфера) – це комплекс заходів інформаційного характеру для захоплення стратегічної ініціативи та досягнення інформаційної переваги над противником.

Інформаційна перевага – це здатність системи управління держави забезпечувати стійкий процес одержання достовірної інформації та її вчасне доведення до споживачів, одночасно перешкоджаючи аналогічним процесам противника.

Інформаційне протиборство (у військовому значенні) спрямоване на досягнення інформаційної переваги, а інформаційна війна має глибші деструктивні цілі: зміну громадської думки та поведінки на користь агресора, руйнування національної ідентичності, підриг довіри до державних інституцій та створення атмосфери хаосу. Тобто головна різниця полягає в тому, що інформаційне протиборство – це загальна сфера конфлікту в інформаційному просторі, тоді як інформаційна війна – це скоординоване, планове та системне використання інформації як зброї для досягнення стратегічних політичних цілей.

Інформаційна зброя – це комплекс програмних і технічних засобів, призначених для встановлення контролю над інформаційними ресурсами об’єкта, втручання в роботу його систем або деструктивного впливу на дані.

Особливості інформаційної зброї, порівняно з класичними видами озброєння, наведені на рис. 4.1.

Прихованість:

- можливість досягнення мети без видимої підготовки та оголошення війни;

Масштабність:

- здатність завдавати збитків без обмеження простору, ігноруючи державні кордони та суверенітети;

Універсальність:

- використання як проти військових, так і цивільних об’єктів (транспорт, банки, енергомережі);

Низька вартість:

- розробка не потребує таких ресурсів, як ядерна зброя; достатньо інтелектуального потенціалу та доступу до мереж.

Рис. 4.1. Основні особливості інформаційної зброї

Класифікації інформаційної зброї

За метою використання інформаційну зброю поділяють на два класи:

- інформаційна зброя атаки: призначена для прямого впливу на інформацію;
в мережах (порушення конфіденційності, цілісності та доступності даних);
- інформаційна зброя забезпечення: засоби комп’ютерної розвідки та подолання систем захисту об’єкта для підготовки подальшої атаки.

За способом реалізації виділяють три великі групи інформаційної зброї: алгоритмічну, програмну та апаратну.

Кожна з цих груп має підгрупи, зокрема до основних інструментів програмної інформаційної зброї можна віднести:

- комп'ютерні віруси – програми, здатні самочинно розмножуватися та модифікувати інші програми для отримання управління над системою);

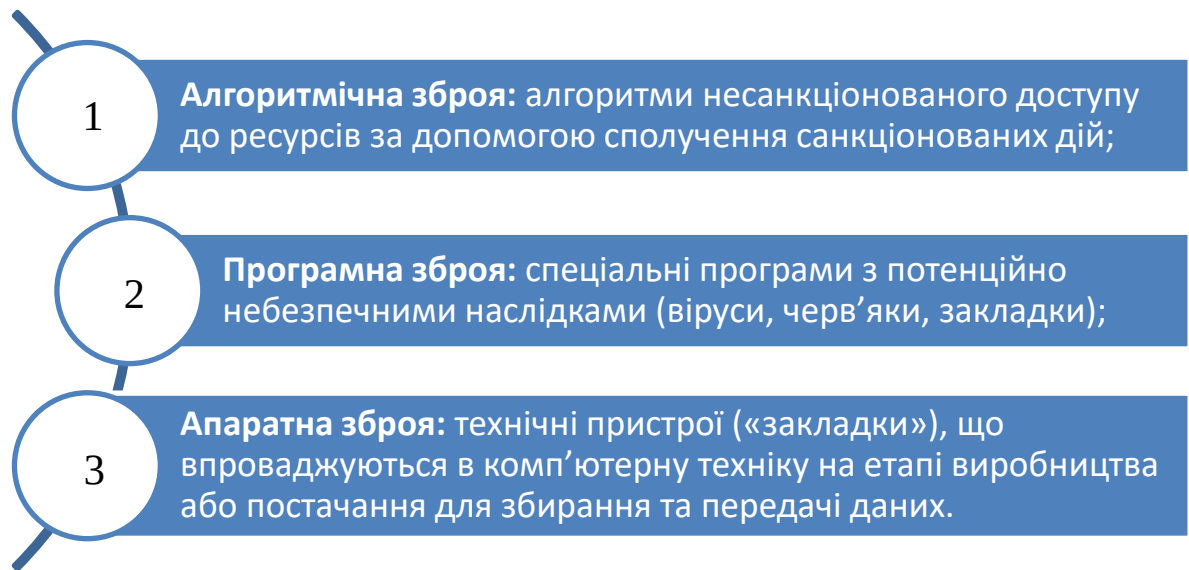


Рис. 4.2. Основні особливості інформаційної зброї

- троянські програми, які мають легітимний доступ до системи, але виконують приховані деструктивні функції;
- логічні бомби, тобто коди, що спрацювують за певних умов (час, подія) для знищення чи викрадення даних;
- програмні хробаки (Worms), які маскуються під засоби пошуку вільних ресурсів мережі та здатні самостійно поширюватися, забиваючи канали зв'язку;
- ноуботи (Knowbot), що являють собою інтелектуальні програми-роботи, які самостійно переміщуються мережею для збору специфічної інформації,
- сніффери (Sniffers), тобто програми для перехоплення паролів та кодів доступу на початкових етапах входу в систему тощо.

Отже, інформаційне протиборство у XXI столітті стало самостійним видом боротьби, здатним вирішувати стратегічні завдання без прямого застосування військової сили. Володіння інформаційною зброєю та розвиток систем захисту від неї є фундаментальною умовою збереження суверенітету та національної ідентичності держави в епоху глобалізації.

ЛЕКЦІЯ 5. Тема 5. Маніпулятивні технології інформаційної війни

Основні питання:

1. Сутність, особливості та причини маніпулювання інформацією.
2. Інформаційно-психологічний вплив.
3. Маніпулятивні прийоми.

Завдання на СРС:

Як маніпулювання інформацією відрізняється від звичайного переконання або аргументації?

Як соціальні мережі та алгоритми можуть впливати на те, яку інформацію люди бачать у своїй стрічці?

Як інформаційно-психологічний вплив може змінювати думки або поведінку людей?

Як такі маніпулятивні прийоми, як фейки або клікбейт, впливають на сприйняття новин?

Як людина може захистити себе від маніпуляцій в Інтернеті та медіа?

Література:

основна – 9, 49, 50, 51; додаткова – 61, 62, 63, 79, 96, 103, 122, 132, 141.

Конспект лекції

1. Сутність, особливості та причини маніпулювання інформацією

У сучасну цифрову епоху маніпулювання інформацією перетворилося на один із найбільш потужних та витончених інструментів впливу на суспільну свідомість. Це складний феномен, що охоплює не лише технологічні інновації, а й глибокі психологічні та соціальні аспекти, виступаючи серйозною загрозою для демократичних процесів, національної безпеки та інформаційної гігієни громадян. В умовах, коли швидкість передачі даних стала миттєвою, маніпулятивні техніки дозволяють безперешкодно формувати потрібні наративи, викривляти факти та приховано керувати стратегічними рішеннями величезних аудиторій.

Етимологічно термін «маніпуляція» означає «дія руками» (від лат. *manus* – «рука», *manipulare* – «керувати руками», «обробляти», «вправно поводитися» через французьке *manipulation* – «виконання дій руками», «оперування предметами», «технічна обробка»), але в сучасному житті частіше вживається у переносному значенні, як вправне, часто приховане управління людьми, їхніми думками чи поведінкою.

Сутність маніпулювання інформацією полягає у свідомому спотворенні, конструюванні або селективному викривленні даних з метою прихованого впливу на емоції, думки та поведінку людей. З погляду соціології, це специфічний вид застосування влади, за якого суб'єкт впливає на інших, не розкриваючи справжнього характеру очікуваної від них реакції.

Науковці визначають маніпуляцію як процес «програмування» поведінки індивідів, що здійснюється через введення їх в оману або подання напівправди, яка сприймається об'єктом як власна істина, роблячи його слухняним знаряддям у руках маніпулятора.

Соціальний механізм цього явища розкривається через єдність трьох фундаментальних елементів:

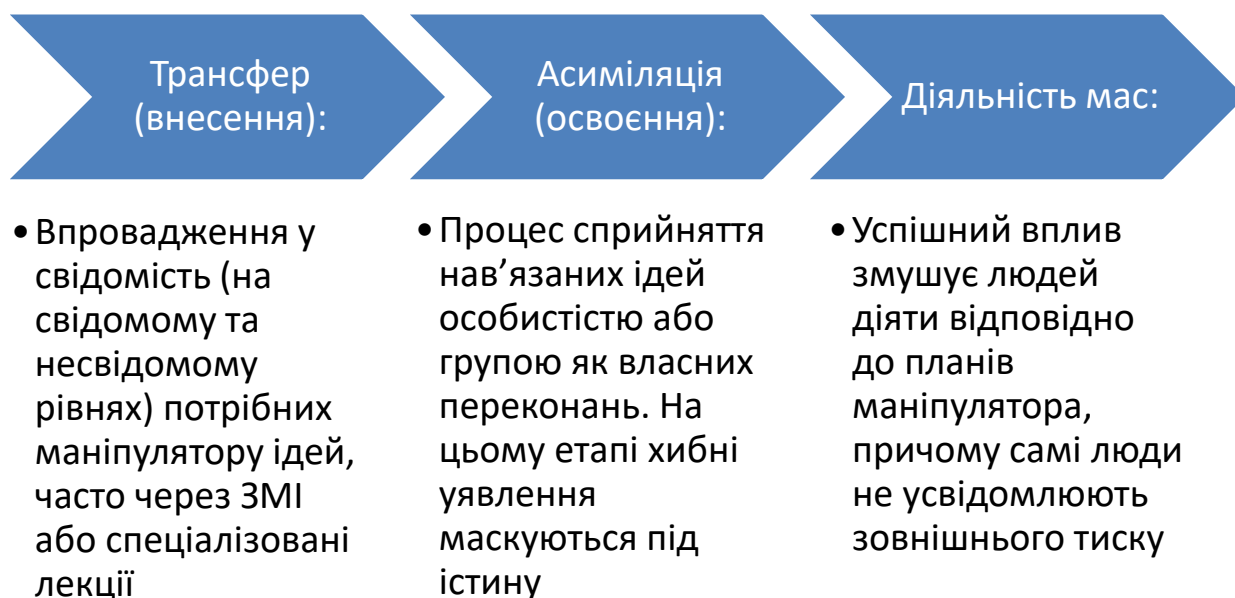


Рис. 5.1. Соціальний механізм маніпулювання

Маніпуляція нерозривно пов'язана з використанням символів. Маніпулятори активно експлуатують логосферу – світ слів, де навіювання відбувається через почуття, а не аналіз, та ейдосферу – світ образів, здатних захопити натовп і стати двигуном його вчинків.

Особливості маніпулятивних технологій

Сучасні маніпуляції мають низку специфічних рис, які відрізняють їх від традиційної пропаганди минулого.

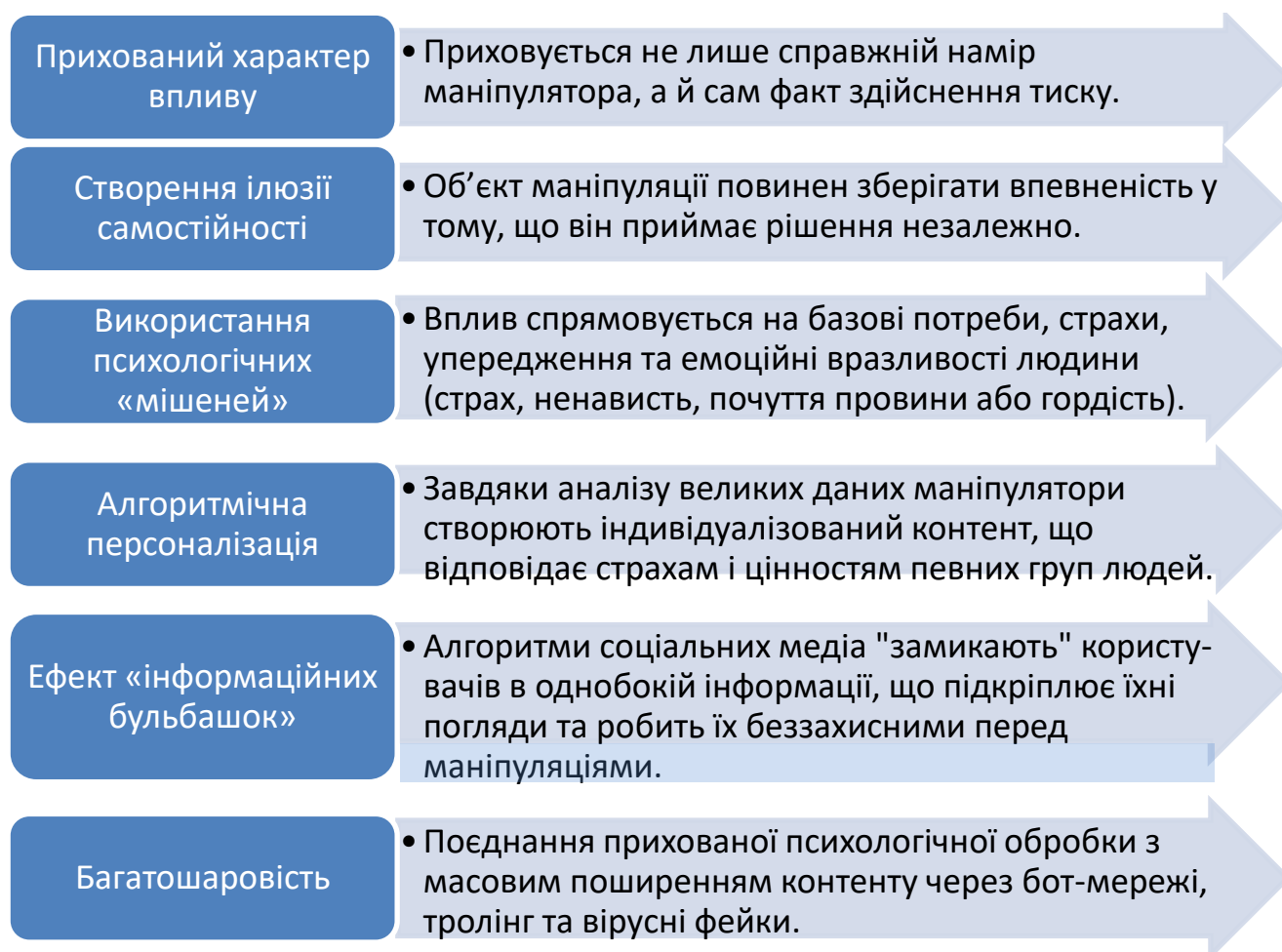


Рис. 5.2. Ознаки маніпуляції, що відрізняють її від традиційної пропаганди

Причини маніпулювання інформацією

Феномен маніпулювання не є випадковим; його коріння лежить у глибинних суспільних процесах. Серед причин, через які вдаються до маніпулювання, можна виділити боротьбу за владу та контроль, економічний прагматизм, технологічну революцію, низький рівень медіаграмотності, інформаційне перевантаження та прагнення інформаційного домінування.

Однією з основних причин, що спонукає до маніпулювання, є боротьба за владу під час зіткнення інтересів різних соціальних груп. Прагнення еліт здобути, зберегти або втілити владу змушує їх використовувати стратегію прихованого управління масами. У комерційній сфері (реклама, піар) маніпуляції стають способом формування штучних потреб та управління вибором споживача заради прибутку.

Привабливість маніпулятивних методів сьогодні посилює доступність цифрових інструментів, які дозволяють миттєво тиражувати маніпулятивний контент на мільйонні аудиторії без жодного контролю за якістю та істинністю даних. З іншого боку, низький рівень медіа- та цифрової грамотності, некомпетентність та відсутність навичок критичного мислення роблять громадян легкою здобиччю для сугестивних технологій. Соціально-психологічний стан «пересічної людини», перевантаженої інформацією, змушує її шукати впевненості у спрощених шаблонах і міфах, які їй нав'язують маніпулятори.

У контексті глобальних конфліктів та перманентних інформаційних війн маніпуляція стає зброєю, мета якої – «розруха в головах», підрив довіри до державних інституцій та дестабілізація регіонів.

Маніпулювання інформацією в сучасному світі – це не просто спосіб дезінформації, а комплексна система управління реальністю через спотворення інформаційного поля. Воно базується на глибокому розумінні людської психології та використанні найновіших технічних досягнень. Найважливішою умовою успішної маніпуляції є послаблення когнітивної стійкості та здатності людини до критичного аналізу.

У таких умовах єдиним надійним методом захисту стає розвиток медіаграмотності та здатність думати самостійно. Думаючи аудиторія, яка потребує доказів, помічає логічні помилки та критично ставиться до будь-яких інформаційних потоків, перестає бути пасивним об'єктом впливу і стає свідомим суб'єктом громадянського суспільства.

2. Інформаційно-психологічний вплив

В умовах стрімкого науково-технічного прогресу та розвитку інформаційно-комунікаційних технологій, суспільна свідомість зазнає дедалі потужнішого інформаційно-психологічного впливу. Інформаційна сфера стала не лише найважливішою сферою міжнародної співпраці, а й об'єктом суперництва, де практика інформаційно-психологічного протиборства перетворилася на самостійний напрям зовнішньої політики держав.

Інформаційно-психологічний вплив – це спрямованість інформаційно-психологічних способів на суспільну свідомість, внаслідок якої думки, погляди, уподобання, ціннісні орієнтації, а також поведінка об'єкта змінюються відповідно до цілей суб'єкта впливу. У міжнародних відносинах такий вплив визначається як цілеспрямований перенос спеціально підібраної інформації (знаків, символів, образів), що викликає психоемоційний відгук і призводить до корегування світогляду в потрібному для суб'єкта напрямі.

Науковці пропонують розглядати цей феномен як основу змісту інформаційних дій, покликаних свідомо чи неусвідомлено змінити процес прийняття рішень, емоційний стан або навіть стан здоров'я людини.

Суб'єктами впливу виступають держави, їхні політичні, військові та економічні структури, спецслужби, терористичні організації, транснаціональні корпорації, а також соціальні мережі.

Об'єктами можуть бути як окремі особистості (глави держав, дипломати, громадські діячі), так і великі соціальні групи, професійні організації або населення країни в цілому. Особливо вразливою категорією та стратегічною ціллю довгострокового впливу є діти та підлітки.

Інформаційно-психологічний вплив у керівних документах НАТО розглядається як основний зміст інформаційних дій, що реалізуються акторами для зміни оцінок, переконань, ставлення та поведінки об'єктів. Метою такого впливу є створення сприятливих умов для досягнення цілей суб'єкта («актора»), насамперед у когнітивній сфері.

Основним інструментом інтеграції такого впливу є стратегічні комунікації (StratCom) – функція, що об’єднує комунікаційні можливості (PsyOps, Mil PA) та інформаційну штабну роботу (Info Ops) з військовою діяльністю для розуміння та формування інформаційного середовища.

Альянс виділяє три взаємопов’язані виміри, через які здійснюється вплив, а саме фізичний вимір (матеріальні об’єкти, інфраструктура та фізичні особи), віртуальний вимір (зберігання, передача та контент даних, включаючи кіберпростір), когнітивний вимір – вирішальний вимір, де формуються сприйняття, переконання, наміри та приймаються рішення. Саме тут досягається кінцевий ефект – зміна або підтримка певної поведінки аудиторії.

Для реалізації інформаційного впливу НАТО використовує три основні напрямки:

- інформаційні операції (Info Ops) – штабна функція для аналізу, планування та інтеграції інформаційних дій з метою створення ефектів на волю, розуміння та потенціал противника;
- психологічні операції (PsyOps) – планові дії з використанням методів комунікації для впливу на сприйняття, установки та поведінку схвалених аудиторій;
- військові зв’язки з громадськістю (Mil PA) – просування військових цілей шляхом поширення точної та правдивої інформації. На відміну від PsyOps, Mil PA базується на відкритості та підтримці довіри.

Ефективний вплив за стандартами НАТО будується на сегментації аудиторії та управлінні наративами. Критерієм *сегментації аудиторії* є здатність впливати на результат. Відповідно в керівних документах НАТО виділяється публіка (public), стейкхолдери (stakeholders) та актори (actors, найбільш активний сегмент). **Наратив** – це логічно вибудована історія, що пояснює причини дій та бажаний результат. НАТО виділяє три типи наративів: інституційний (цінності Альянсу), стратегічний (мета конкретної операції) та мікронаративи (адаптовані для локальних груп).

НАТО визначає дезінформацію як неправдиву інформацію, навмисно створену для введення в оману. Стратегія протидії включає:

формування стійкості (Resilience), тобто превентивне пояснення маніпулятивних технік («prebunking»);

утримання «Higher Ground»: забезпечення репутаційної переваги через правдивість та легітимність, що робить аудиторію менш вразливою до ворожої пропаганди;

моніторинг та аналіз (IEA): безперервний збір даних для виявлення ворожих кампаній та оцінки ефективності власних дій.

У доктринах НАТО інформаційно-психологічний вплив не вважається ізольованим актом, а є інтегрованою частиною будь-якої військової діяльності. Головним завданням є синхронізація дій, образів та слів (actions, images, words), щоб усунути розрив між тим, що робиться, і тим, що говориться (say-do gap), тим самим забезпечуючи довіру до Альянсу та ефективність його операцій у когнітивному вимірі.

Отже, інформаційно-психологічний вплив у сучасному світі є потужною зброєю, здатною змінювати політичні ландшафти без жодного пострілу. Для України своєчасне виявлення деструктивних впливів та реалізація «Стратегії інформаційної безпеки» є питанням національного виживання. Тільки системне поєднання проактивної державної політики, високої медіаграмотності громадян та критичного мислення здатне забезпечити інформаційну стійкість суспільства перед сучасними загрозами.

3. Маніпулятивні прийоми

В умовах цифрової епохи маніпуляція перестала бути лише інструментом психологічного впливу й перетворилася на складну технологію свідомого спотворення реальності. За своєю суттю, **маніпуляція** – це процес навмисного впливу, де одна особа (або група) намагається змінити поведінку іншої задля досягнення власних корисливих цілей. Вона завжди базується на експлуатації

людської психології: наших упереджень, когнітивних обмежень та автоматичних емоційних реакцій.

Цифрові платформи стали ідеальним середовищем для поширення маніпуляцій завдяки широкому охопленню аудиторії та швидкості передачі даних. Ключовими прийомами тут є створення фейкових новин, які часто базується на частково достовірних даних для створення ілюзії правдивості, а також вже згадувані дезінформація, зокрема через вірусні меми та відео, апеляція до базових почуттів, що змушує аудиторію діяти імпульсивно (наприклад, миттєво поширювати новину без перевірки під впливом страху, ненависті чи інших «сильних» почуттів), алгоритмічні «інформаційні бульбашки» та використання Big Data для створення персоналізованого контенту на основі виявлених страхів, інтересів, цінностей.

Маніпуляції можуть мати як прямий характер (відкрите спотворення фактів), так і непрямий, коли правдива інформація просто тоне в «інформаційному шумі» або перекривається емоційними провокаціями.

Маніпуляції в новинах: прийоми місцевих медіа

Дослідження контенту регіональних сайтів виявило низку специфічних прийомів, які часто межують із порушенням професійної етики. Найпоширеніші серед них:

- Клікбейт: Використання шокуючих заголовків, що не відповідають змісту. Наприклад, вживання слова «рабство» для опису браку вакансій вчителів, що драматизує ситуацію.
- Гіперболізація та експресивна лексика: Використання слів-тригерів («жахлива хвороба», «шокуючі ціни», «масово тікають») для нагнітання паніки.
- Вибіркове висвітлення фактів: Коли маніпулятор акцентує увагу на дрібних деталях, ігноруючи ключові факти, що повністю змінює розуміння події.

- Відсутність балансу: Подача інформації лише з одного боку, часто з метою вихваляння політичних осіб або дискредитації опонентів.
- Прихована реклама («джинса»): Подача рекламного матеріалу під виглядом новини чи соціальної ініціативи без відповідного маркування.

Маніпуляція як інструмент ділового спілкування

У бізнес-середовищі маніпуляція розглядається як інструмент управління, а маніпулятору часто приписується цинізм, закритість та байдужість до інтересів інших.

До прийомів маніпулятивного впливу у діловому середовищі належить використання насмішок, перебільшень, спроби дискредитувати співрозмовника під час бесіди, апеляція до професіоналізму, завуальований шантаж тощо. До речі, ці самі прийоми з деякими варіаціями використовуються і в побутовому міжособистісному спілкуванні.

Використання маніпуляцій в діловому середовищі може тимчасово підвищити продуктивність або мотивацію підлеглих, але у довгостроковій перспективі може спричинити втрату довіри, емоційне виснаження та руйнування команди.

Маніпуляції в міжнародній політиці та дипломатії

У міжнародних відносинах маніпулятивні прийоми набувають стратегічного масштабу. Вони можуть бути як частиною «м'якої сили» (формування позитивного іміджу держави), так і інструментом інформаційно-психологічного протистояння.

Об'єктами маніпулятивного впливу виступають глави держав, дипломати та громадські діячі. Метою такого маніпулятивного впливу є проникнення в систему світосприйняття супротивника та нав'язування йому чужої моделі світу для коригування його поведінки.

Маніпулятор може вдаватися до різних тактик: провокувати витік інформації, маніпулювати рішеннями посадових осіб, дискредитувати органи влади та навіть застосовувати пряме залякування (наприклад, розсилка підозрілих

пакунків дипломатам). В міжнародній політиці та дипломатії також працює техніка інформаційного перевантаження, коли через надмірну кількість даних об'єкт маніпуляції не може зрозуміти дійсний стан справ.

В міжнародній політиці та дипломатії широко використовуються техніка *поляризації суспільства*, коли складні проблеми спрощуються маніпуляторами до бінарної опозиції «ми» та «вони», створюючи образ «ворога». Один із показових прикладів поляризації є риторика навколо виходу Великої Британії з ЄС («брекзит»). У публічному дискурсі складне питання економічної інтеграції, міграційної політики та суверенітету часто зводилося до спрощеної опозиції:

- «ми» — прихильники виходу, які «повертають контроль» над країною;
- «вони» — European Union, що нібито обмежує свободу держави.

У такій логіці формувався образ зовнішнього «винуватця» внутрішніх проблем, а нюанси (економічні наслідки, правові механізми, взаємозалежність ринків) відходили на другий план. Ця бінарна опозиція «ми – вони» дозволяла мобілізувати електорат, але водночас посилювала суспільний поділ і знижувала якість раціональної дискусії.

Вплив через фільми, книги та різноманітні заходи для закріплення певних національних чи ідеологічних наративів називається *культурною пропагандою*.

В міжнародній політиці активно використовуються бот-мережі, які тиражують однаковий контент через автоматизовані акаунти, що створює ілюзію масової підтримки певної ідеї. Водночас, таке тиражування фейкового контенту впливає на системи штучного інтелекту, які часто сприймають кількість повідомлень як ознаку достовірності інформації і, в свою чергу, продовжують розповсюджувати хибні твердження.

Шляхи протидії маніпулятивному впливу

Оскільки маніпуляції стають дедалі витонченішими, необхідно впроваджувати та розвивати комплексний підхід до захисту від маніпулятивних впливів.

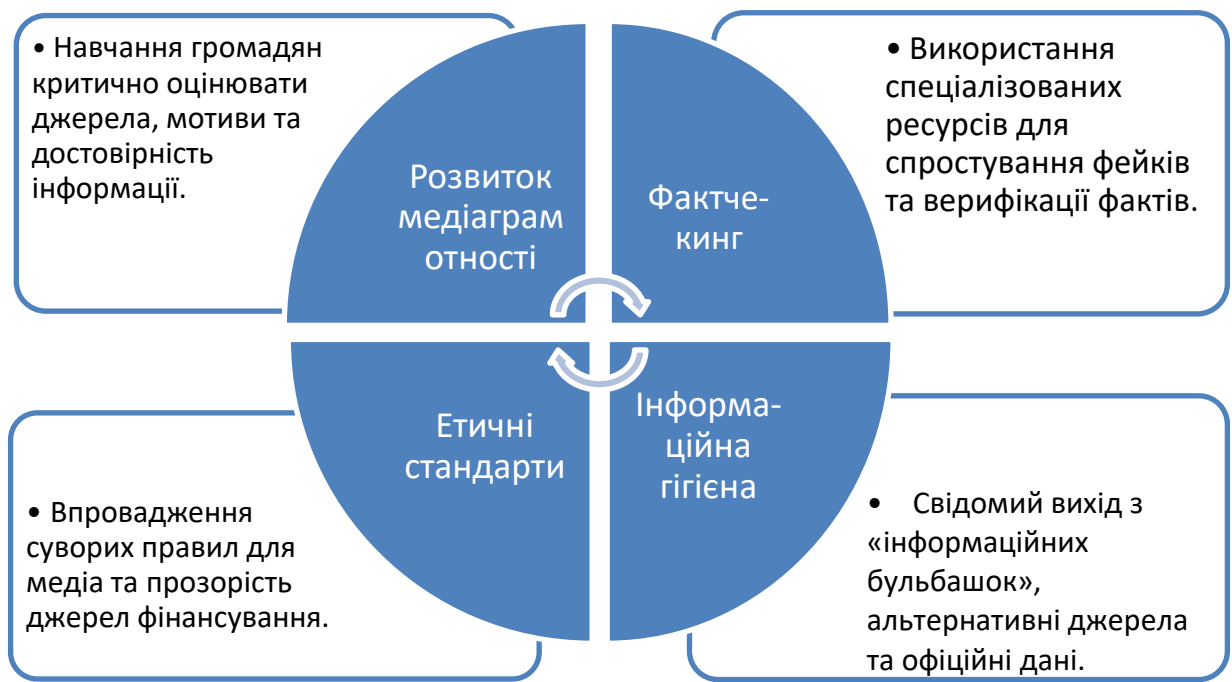


Рис. 5.2. Шляхи протидії маніпулятивному впливу

Отже, сучасна маніпуляція, в тому числі у сфері міжнародної інформації – це багатопаровий інструмент, що поєднує психологію та високі технології. Її ефективність базується на швидкості поширення та здатності експлуатувати емоції. Єдиним надійним захистом у цьому середовищі є критичне мислення та постійна перевірка інформації.

ЛЕКЦІЯ 6. Тема 6. Технології міжнародної інформації

Основні питання:

1. Основні компоненти технологій міжнародної інформації.
2. Роль технологій міжнародної інформації у сучасному світі.
3. Виклики та ризики у сфері міжнародної інформації.

Завдання на СРС:

Як структуровані основні компоненти технологій міжнародної інформації та яку функцію виконує кожен із них?

Як технології міжнародної інформації впливають на конкурентоспроможність держав у глобальному середовищі?

Як цифрові технології змінюють сучасні моделі управління у міжнародній сфері?

Як штучний інтелект трансформує процеси збору, обробки та аналізу міжнародної інформації?

Як залежність від транснаціональних ІТ-корпорацій впливає на технологічний суверенітет держав?

Література:

основна – 21, 24, 32; додаткова – 71, 90, 92, 93, 94, 100, 102, 113, 134, 161.

Конспект лекції

1. Основні компоненти технологій міжнародної інформації

Технології міжнародної інформації є сукупністю інтелектуально спроектованих процедур, методів і засобів, що забезпечують формування, обробку, трансляцію та використання інформації у глобальному інформаційному просторі. В умовах становлення інформаційного суспільства вони виступають системоутворювальним чинником міжнародних відносин, оскільки визначають характер міждержавної комунікації, інформаційного обміну, аналітичного супроводу зовнішньополітичних рішень та транснаціональної взаємодії.

У структурі технологій міжнародної інформації доцільно виокремити кілька взаємопов'язаних компонентів, які в сукупності забезпечують функціонування міжнародного інформаційного середовища.



Рис. 6.1. Структура технологій міжнародної інформації

Первинним компонентом виступають **інформаційні ресурси**, тобто сукупність даних і повідомлень у різних формах подання: текстовій, візуальній, аудіальній, відеоформаті та у вигляді числових масивів. У міжнародній сфері інформаційні ресурси є стратегічно значущими, оскільки можуть виконувати як комунікативну, так і політичну, економічну, культурну та безпекову функції.

Другим компонентом є **методи та процедури обробки інформації**, які охоплюють повний інформаційний цикл: збір, фільтрацію, систематизацію, зберігання, аналіз, інтерпретацію, передачу та подання даних. У межах міжнародних інформаційних технологій ці процедури забезпечують можливість оперативного моніторингу міжнародних процесів, формування аналітичних оцінок і підтримки ухвалення управлінських рішень.

Техніко-технологічний компонент складає **апаратне забезпечення (hardware) та інфраструктура**, що забезпечують фізичні умови функціонування

інформаційних систем. До нього належать серверні комплекси, системи зберігання даних, мережеве обладнання, центри обробки даних (ЦОД), а також канали зв'язку, включно з трансконтинентальними магістралями й супутниковими технологіями. Саме інфраструктурний рівень визначає масштабованість, стійкість і безперервність міжнародного інформаційного обміну.

Важливим компонентом є **програмне забезпечення** (software), що реалізує логіку функціонування інформаційних систем і забезпечує користувачам доступ до інструментів обробки даних. У сучасних умовах міжнародні інформаційні системи інтегрують автоматизовані аналітичні модулі, алгоритми машинного навчання та елементи штучного інтелекту, що розширює можливості прогнозування, класифікації інформації та виявлення закономірностей у складних міжнародних процесах.

Окремого значення набувають **інноваційні технології, які посилюють аналітичний і комунікаційний потенціал** міжнародних інформаційних систем. До них належать:

- Big Data, що забезпечують обробку великих масивів структурованих і неструктурованих даних з різноманітних джерел, включно з цифровими платформами та соціальними мережами;
- хмарні обчислення, які підвищують гнучкість і доступність інфраструктури завдяки віддаленому доступу до ресурсів та сервісів;
- штучний інтелект, який дозволяє оптимізувати інформаційно-аналітичні процеси, автоматизувати типові операції та підвищувати ефективність управлінських рішень.

Функціонування міжнародного інформаційного простору неможливе без **систем глобальної стандартизації та ідентифікації**, які забезпечують технічну сумісність і взаємодію інформаційних систем різних держав. До цього блоку належать система доменних імен (DNS), IP-адресація, мережеві протоколи (TCP/IP), а також міжнародні стандарти, що розробляються профільними спільнотами та організаціями (наприклад, IETF, W3C). Саме стандартизація

забезпечує інтероперабельність міжнародних платформ і стабільність глобального обміну даними.

Специфіка технологій міжнародної інформації полягає в тому, що вони функціонують у полі міждержавної взаємодії та потребують нормативного регулювання. Тому важливим компонентом виступає **організаційно-правовий та інституційний рівень**, який включає механізми міждержавної координації, міжнародні угоди, правила використання інформаційних ресурсів та інституційну підтримку. У цьому контексті ключову роль відіграють міжнародні організації (ООН, ЮНЕСКО, МСЕ), які сприяють формуванню принципів відповідальної поведінки держав у кіберпросторі та розвитку міжнародної співпраці в інформаційній сфері.

Невід'ємною складовою технологій міжнародної інформації є **кібербезпека та захист даних**, що включають як технічні механізми (шифрування, контроль доступу, системи виявлення загроз), так і правові інструменти протидії кіберзлочинності та забезпечення захисту приватності. В умовах зростання кіберзагроз питання безпеки набуває системного характеру, оскільки визначає стійкість міжнародних інформаційних систем і довіру між суб'єктами міжнародних відносин.

Отже, технології міжнародної інформації являють собою комплексну систему, що охоплює інформаційні ресурси, методи їх обробки, технічну інфраструктуру, програмно-алгоритмічні засоби, механізми стандартизації, а також організаційно-правові й безпекові інструменти. Їхня багатовимірність зумовлена тим, що міжнародна інформаційна сфера функціонує одночасно як технологічне середовище та як простір політичної, правової й соціальної взаємодії держав. Саме синтез технологічної та нормативно-інституційної складових забезпечує ефективний транснаціональний обіг інформації та підтримує сучасні міжнародні відносини.

2. Роль технологій міжнародної інформації у сучасному світі

Технології міжнародної інформації у сучасному світі виконують системоутворювальну роль, оскільки забезпечують функціонування глобальних інформаційних потоків, прискорюють міжнародну взаємодію та визначають конкурентоспроможність держав і організацій у цифровому середовищі. Їх значення проявляється не лише у технічному забезпеченні комунікації, а й у трансформації економічних процесів, управлінських моделей та стратегій розвитку країн.

У сучасній глобалізованій економіці технології міжнародної інформації виступають одним із ключових чинників розвитку, оскільки саме рівень технологічної спроможності визначає позиції держав у міжнародних рейтингах і показниках цифрового прогресу. Порівняння країн за міжнародними індексами дає змогу оцінювати їхню готовність до використання технологій як ресурсу зростання, інноваційності та інтеграції у глобальні процеси. Відповідно, технології міжнародної інформації стають інструментом посилення економічної та політичної суб'єктності держав, формують їх конкурентоспроможність.

Технології міжнародної інформації набувають особливої ваги в умовах масштабних суспільних викликів, коли *модернізація інфраструктури та інтеграція у європейський простір* потребують сучасних управлінських і технологічних рішень. У цьому контексті цифрові інструменти розглядаються як системні механізми, що підсилюють ефективність планування, координації та реалізації стратегій відбудови, а також сприяють підвищенню якості управління та стійкості інфраструктурних систем. Таким чином, роль технологій міжнародної інформації виходить за межі сервісної функції та стає елементом державної стратегії розвитку.

Технології міжнародної інформації впливають на сучасні моделі управління, *змінюючи логіку функціонування організацій та підприємств*. Використання цифрових інструментів сприяє підвищенню швидкості обробки інформації, оптимізації управлінських процесів, автоматизації операцій та

посиленню аналітичної складової прийняття рішень. У міжнародному вимірі це означає, що управлінська ефективність дедалі більше залежить від здатності працювати з інформацією як з ресурсом, а також від інтеграції організацій у цифрові ланцюги взаємодії.

У глобальному масштабі технології міжнародної інформації функціонують як *самостійна сфера економіки*, технологічна інфраструктура, що визначає темпи інновацій, розвиток міжнародних ринків і конкурентну структуру світового господарства. Вони формують технологічну основу для міжнародної економічної взаємодії та сприяють зростанню ролі цифрових секторів у структурі світової економіки. Отже, технології міжнародної інформації стають одним із головних чинників економічної динаміки та міжнародної спеціалізації країн.

Важливою функцією технологій міжнародної інформації є можливість здійснення порівняльного аналізу цифрового розвитку держав. Міжнародні індекси та рейтинги виконують роль інструментів оцінювання рівня технологічного потенціалу, доступності цифрових ресурсів та ефективності їх використання. Для держави такі показники є не лише засобом вимірювання, а й підґрунтям для формування стратегічних рішень у сфері розвитку технологій та міжнародної інтеграції.

Отже, роль технологій міжнародної інформації у сучасному світі полягає у їх здатності забезпечувати конкурентоспроможність держав, підтримувати стратегічну модернізацію та відбудову інфраструктури, трансформувати управлінські процеси й організаційні моделі, а також виступати рушієм розвитку світової економіки. Вони є одним із ключових ресурсів сучасного міжнародного середовища, а їх рівень розвитку визначає можливості держави ефективно діяти у глобальному просторі.

3. Виклики та ризики у сфері міжнародної інформації

Сфера міжнародної інформації формується на перетині зовнішньої політики, глобальних медіапроцесів, стратегічних комунікацій та цифрової дипломатії. Її специфіка полягає у тому, що інформація тут виступає не лише

ресурсом комунікації, а й інструментом впливу, формування міжнародного іміджу, легітимації рішень та перерозподілу сил у світовій політиці. Відтак ключові виклики у сфері міжнародної інформації пов'язані не стільки з технічними аспектами безпеки, скільки з конкуренцією наративів, боротьбою за інтерпретацію подій і встановленням порядку денного на глобальному рівні.

Одним із центральних ризиків є **фрагментація глобального інформаційного простору**. Посилення регіональних інформаційних блоків, обмеження транснаціональних медіаплатформ, запровадження національних моделей цифрового суверенітету призводять до виникнення «інформаційних екосистем», які функціонують за різними нормативними та ціннісними принципами. Це ускладнює міждержавний діалог, створює асиметрію доступу до аудиторій та посилює ризики міжнародних непорозумінь.

Другий блок проблем стосується **політизації міжнародних інформаційних потоків**. Інформація дедалі частіше використовується як інструмент зовнішньополітичного тиску, санкційної політики або дипломатичного впливу. Держави інвестують у стратегічні комунікації, міжнародне мовлення та публічну дипломатію з метою просування власних інтересів. У цьому контексті міжнародна інформація стає простором конкурентної взаємодії, де важливими є швидкість реакції, достовірність, репутаційний капітал і здатність формувати переконливі наративи.

Суттєвим викликом є **криза довіри до міжнародних інституцій та глобальних медіа**. Умови інформаційного перевантаження, зростання ролі недержавних акторів, а також поширення альтернативних джерел інформації призводять до розмиття авторитету традиційних каналів міжнародної комунікації. Це створює ризики делегітимації міжнародних організацій, ускладнює вироблення спільних позицій та підвищує вразливість до маніпулятивних інтерпретацій міжнародних подій.

Окремим виміром є **інституційна асиметрія в глобальному інформаційному середовищі**. Доступ до глобальних комунікаційних ресурсів, технологій просування контенту та аналітичних інструментів є нерівномірним.

Потужні держави та транснаціональні корпорації володіють значно більшими можливостями формувати міжнародний порядок денний, ніж країни з обмеженими ресурсами. Це впливає на репрезентацію національних інтересів, здатність протидіяти дезінформаційним кампаніям та захищати власну позицію на міжнародній арені.

Важливим ризиком є також **недостатня нормативно-правова урегульованість міжнародного інформаційного простору**. Сфера міжнародної інформації функціонує в умовах складної взаємодії норм міжнародного права, національних законодавств та політичних практик держав. Базові принципи, закріплені у Організації Об'єднаних Націй, зокрема суверенна рівність держав, невтручання у внутрішні справи та повага до прав людини, поширюються і на інформаційну сферу. Водночас стрімкий розвиток цифрових технологій створив ситуацію, коли наявна нормативна база не повністю охоплює нові форми транснаціональної інформаційної взаємодії та впливу.

Попри існування окремих міжнародних угод і декларацій, глобальні правила поведінки держав у цифровому середовищі залишаються фрагментарними. Відсутність універсальних механізмів відповідальності за інформаційні впливи, втручання у внутрішні справи через інформаційні канали чи маніпулювання транснаціональними платформами ускладнює забезпечення стабільності міжнародних відносин.

Одним із ключових викликів є відсутність універсального, юридично обов'язкового міжнародного режиму регулювання поведінки держав у кіберпросторі. Дискусії в межах спеціалізованих форматів свідчать про наявність суттєвих розбіжностей у підходах до тлумачення принципу інформаційного суверенітету, меж свободи вираження поглядів та допустимості транскордонного поширення інформації. Так, група урядових експертів ООН (GGE) та Відкрита робоча група ООН (OEWG) підтвердили застосовність норм міжнародного права до інформаційно-комунікаційних технологій, зокрема те, що країни не повинні, порушувати цифрові кордони інших країн. Проте відсутність юридично обов'язкового міжнародного договору щодо кіберпростору зумовлює

фрагментарність регулювання та різні підходи держав до тлумачення принципу невтручання в інформаційній сфері. У результаті такої нормативної фрагментації ускладнюється притягнення до відповідальності за інформаційні впливи дестабілізаційного характеру.

Другий блок ризиків у сфері міжнародної інформації в нормативно-правовій площині пов'язаний із колізією між міжнародними стандартами захисту прав людини та національними практиками обмеження інформації. Гарантії свободи вираження поглядів, закріплені в міжнародних актах з прав людини (зокрема, в Загальній декларації прав людини (ст. 19) та Міжнародному пакті про громадянські і політичні права (ст. 19) співіснують із заходами держав щодо протидії дезінформації, екстремістському контенту, а також регулюванню інформаційних відносин в певних сферах чи процесах, як от обмеження під час виборів, у теле- та радіомовленні, в рекламі). Балансування між забезпеченням національної безпеки та дотриманням міжнародних зобов'язань створює складні правові дилеми, особливо в умовах гібридних конфліктів.

Вагомим викликом є також нерівномірність регуляторних підходів до діяльності транснаціональних цифрових платформ. Наднаціональні об'єднання, зокрема Європейський Союз, запроваджують комплексні правові механізми відповідальності платформ за контент і прозорість алгоритмів, тоді як інші регіони дотримуються більш ліберальних або, навпаки, жорстко централізованих моделей контролю. Така асиметрія створює ризики правової невизначеності для держав, що інтегруються у глобальний інформаційний простір, і впливає на умови реалізації їхньої інформаційної політики.

Окрему проблему становить ***використання інформаційних ресурсів як інструменту зовнішньополітичного впливу***. Відсутність чітко визначених міжнародно-правових критеріїв кваліфікації інформаційного втручання у внутрішні справи держави ускладнює застосування механізмів міжнародної відповідальності. У практиці міжнародних відносин інформаційні кампанії, спрямовані на дискредитацію органів влади або вплив на громадську думку іншої

держави, нерідко перебувають у «сірій зоні» між свободою інформації та порушенням принципу невтручання.

Для України особливої актуальності набуває питання гармонізації національного законодавства з правом Європейського Союзу у сфері медіа, цифрових послуг і захисту персональних даних, а також імплементації міжнародних стандартів стратегічних комунікацій. Водночас держава змушена враховувати безпековий компонент міжнародної інформаційної взаємодії, пов'язаний із протидією зовнішнім інформаційним впливам і захистом національного інформаційного простору.

Також ***специфічним національним викликом для України є полізадачність***: необхідність одночасного просування національного наративу на міжнародному рівні, протидії ворожим інформаційним кампаніям та інтеграції у європейський і глобальний інформаційний простір. Це потребує розвитку системи стратегічних комунікацій, професіоналізації цифрової дипломатії, координації між державними органами та взаємодії з міжнародними партнерами.

Таким чином, основні ризики у сфері міжнародної інформації мають нормативно-інституційний характер і пов'язані з фрагментацією міжнародного правового регулювання, колізією між безпековими та правозахисними підходами, асиметрією регуляторних режимів та відсутністю ефективних механізмів міжнародної відповідальності за деструктивні інформаційні впливи. Виклики у сфері міжнародної інформації мають переважно геополітичний, нормативний та комунікативний характер, охоплюють технологічні, політичні, соціальні та безпекові аспекти. Вони пов'язані з конкуренцією наративів, асиметрією інформаційних ресурсів, кризою довіри та недостатньою регуляторною визначеністю глобального цифрового середовища. Ефективна відповідь на ці виклики та ризики передбачає поєднання зовнішньополітичних та міжнародно-правових інструментів, стратегічних комунікацій, міжнародної координації та активної участі держав у формуванні нових правил глобальної інформаційної взаємодії, а також системної роботи над зміцненням репутаційної стійкості держави у світовому інформаційному просторі.

ЛЕКЦІЯ 7. Тема 7. Інформаційно-аналітична діяльність в міжнародних відносинах

Основні питання:

1. Методологія інформаційно-аналітичної роботи.
2. Підготовка інформаційно-аналітичних документів.
3. Інформаційно-аналітична робота в закордонних установах.

Завдання на СРС:

Як організовується інформаційно-аналітичний процес від збору даних до підготовки аналітичного висновку?

Як формується робоча гіпотеза в ході підготовки інформаційно-аналітичних документів?

Як відрізняються між собою аналітична записка, довідка та звіт за метою і структурою?

Як здійснюється інформаційно-аналітична робота в закордонних установах у контексті забезпечення національних інтересів держави?

Як аналітик впливає на якість прийняття зовнішньополітичних рішень у міжнародних відносинах?

Література:

основна – 3, 6, 10, 15, 25, 30, 37, 42, 53, 58; додаткова – 59, 60, 135.

Конспект лекції

1. Методологія інформаційно-аналітичної роботи

У сучасних умовах зростання інформаційних потоків, ускладнення управлінських процесів та підвищення рівня невизначеності в суспільно-політичному й міжнародному середовищі особливої актуальності набуває інформаційно-аналітична робота як основа для прийняття обґрунтованих рішень. Інформація виступає стратегічним ресурсом, проте її наявність сама по собі не гарантує ефективного управління: ключового значення набуває здатність

здійснювати цілеспрямований пошук, критичну оцінку, систематизацію та інтерпретацію даних.

Методологія інформаційно-аналітичної роботи формує науково й організаційно вивірені підходи до перетворення первинних даних на аналітичний продукт, що має практичну цінність для суб'єктів управління. Вона охоплює сукупність принципів, методів і технологій, які забезпечують достовірність, своєчасність і прикладну спрямованість аналітичних матеріалів. Особливої ваги методологічні засади інформаційно-аналітичної роботи набувають у сфері міжнародних відносин, де якість аналізу безпосередньо впливає на прогнозування ризиків, оцінювання ситуацій та вироблення стратегічних рішень.

Методологія інформаційно-аналітичної роботи визначається як цілісна система принципів, підходів, методів і прийомів організації інтелектуальної діяльності, спрямованої на отримання нового знання шляхом збирання, оцінювання, оброблення та інтерпретації інформації з метою підготовки обґрунтованих управлінських рішень. Вона інтегрує теоретичні засади, методичний інструментарій та технологічні компоненти, що забезпечують ефективність аналітичного процесу в різних сферах суспільної практики, зокрема у сфері міжнародних відносин.

Інформаційно-аналітична діяльність має комплексний характер і реалізується на двох взаємопов'язаних рівнях. *Інформаційний рівень* охоплює пошук, відбір, збирання, перевірку достовірності, систематизацію та збереження даних. *Аналітичний рівень* передбачає узагальнення зібраної інформації, встановлення причинно-наслідкових зв'язків, формування гіпотез, моделювання можливих сценаріїв розвитку подій, а також підготовку висновків і рекомендацій. Така двоєдина структура забезпечує перехід від первинних відомостей до аналітичного продукту, орієнтованого на практичне застосування.

Важливим етапом інформаційно-аналітичної роботи є консолідація інформації, що полягає у цілеспрямованому відборі релевантних даних, їх критичному оцінюванні, інтеграції та реструктуризації відповідно до завдання

аналізу. Саме на цьому етапі формується інформаційна база, від якості якої залежить валідність подальших аналітичних висновків.

Методологія інформаційно-аналітичної роботи ґрунтується на низці базових принципів, дотримання яких забезпечує якість аналітичного продукту та його практичну значущість.

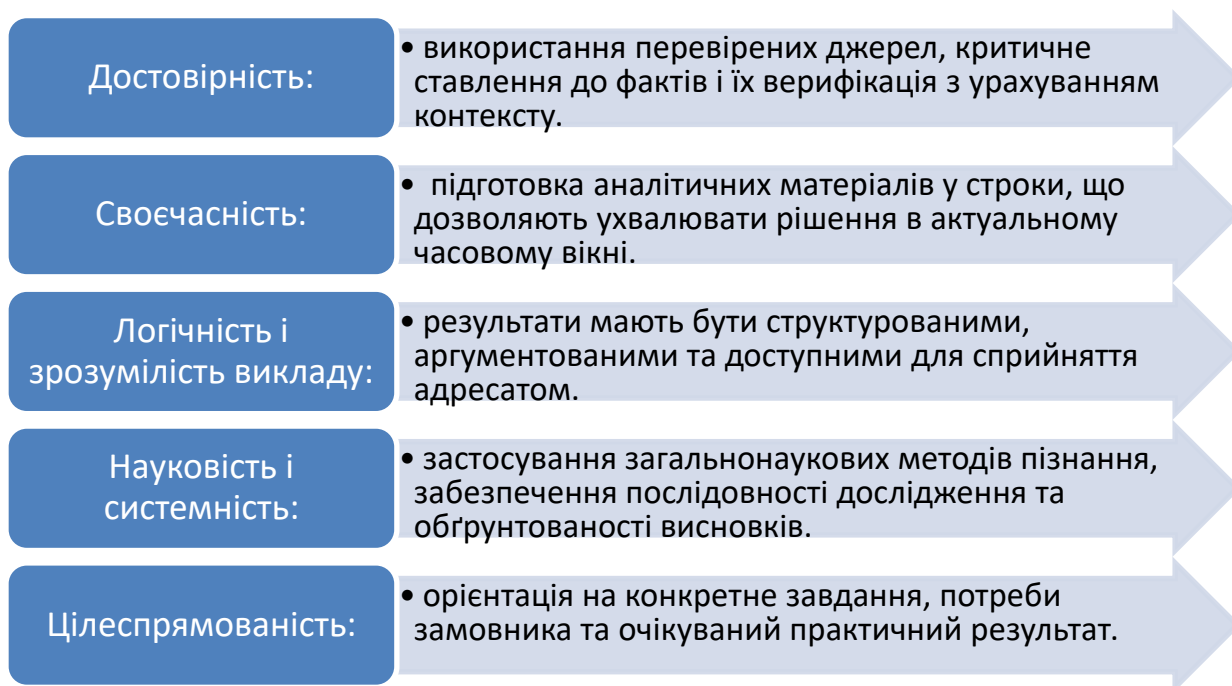


Рис. 7.1. Принципи інформаційно-аналітичної роботи

Методологічний арсенал інформаційно-аналітичної роботи включає **комплекс загальнонаукових і спеціальних методів:**

- Загальнонаукові методи: аналіз і синтез, індукція та дедукція, узагальнення, систематизація.
- Методи порівняння та аналогії: зіставлення явищ і процесів для виявлення подібностей і відмінностей.
- Прогнозування та сценарне моделювання: побудова альтернативних моделей розвитку подій і оцінювання можливих наслідків.
- Структуровані аналітичні техніки як інструменти підвищення об'єктивності висновків та мінімізації когнітивних упереджень.

- Спеціальні аналітичні методи: контент-аналіз, моніторинг інформаційного середовища, івент-аналіз (аналіз подій), інтент-аналіз (виявлення комунікативних намірів суб'єкта висловлювання).

У сфері безпеки та оборони аналітична підготовка рішень може інтегруватися у циклічні моделі оперативного реагування, зокрема OODA (спостереження – орієнтація – рішення – дія), що сприяє підвищенню швидкості та обґрунтованості управлінських рішень.

Сучасна інформаційно-аналітична робота дедалі більше спирається на інформаційні технології, які підвищують швидкість оброблення даних та точність результатів. До таких технологій належать інформаційно-аналітичні системи, системи підтримки прийняття рішень, експертні системи, а також інструменти інтелектуального аналізу даних. У сфері міжнародних відносин розвиток інформаційно-аналітичної діяльності пов'язаний із необхідністю системного моніторингу, оброблення великих масивів даних та оперативної підготовки аналітичних матеріалів для оцінювання ризиків, прогнозування та формування управлінських рішень.

Отже, методологія інформаційно-аналітичної роботи виступає ключовим чинником формування достовірних і своєчасних аналітичних матеріалів, необхідних для прийняття оптимальних управлінських рішень, особливо в умовах динамічного розвитку міжнародного середовища та зростання інформаційних ризиків.

2. Підготовка інформаційно-аналітичних документів

Інформаційно-аналітичні документи є основним результатом аналітичної діяльності у сфері міжнародних відносин. Підготовка інформаційно-аналітичних документів є специфічним різновидом інтелектуальної діяльності, у межах якої шляхом застосування визначеного алгоритму пошуку, відбору, накопичення, оцінювання та аналізу первинної інформації формується нова – вторинна – аналітична інформація. Аналітичний документ створюється для узагальнення даних, їх інтерпретації у контексті поставленої проблеми та створення підґрунтя

для ухвалення управлінських рішень. Від якості підготовки інформаційно-аналітичних документів залежить не лише обґрунтованість рішень, а й оперативність реагування держави на міжнародні виклики.

Головною метою підготовки інформаційно-аналітичних документів є забезпечення суб'єкта прийняття рішення (управлінця) релевантною, достовірною та своєчасною інформаційною базою для вибору оптимальної лінії дій, особливо в умовах невизначеності, кризових явищ і динамічних змін зовнішнього середовища.

Основними функціями інформаційно-аналітичних документів є:

- інформаційна – надання достовірних відомостей про події та тенденції;
- аналітична – інтерпретація фактів, виявлення причинно-наслідкових зв'язків;
- прогностична – формування сценаріїв розвитку ситуації;
- рекомендаційна – вироблення практичних пропозицій;
- комунікативна – забезпечення взаємодії між різними рівнями управління.

Вибір виду інформаційно-аналітичного документа визначається метою підготовки матеріалу, обсягом інформації, глибиною аналізу та потребами адресата. До **найпоширеніших видів** інформаційно-аналітичних документів належать:

- Аналітична записка – документ, що містить аналіз проблеми, узагальнені висновки та практичні рекомендації; орієнтовний обсяг зазвичай становить 5–10 сторінок.
- Аналітичний звіт – результат комплексного опрацювання теми, який може включати статистичні матеріали, таблиці, графіки, додатки; обсяг може сягати 20–30 сторінок залежно від складності завдання.
- Оглядова записка – документ, спрямований на узагальнення інформації за визначеною темою (зокрема на основі публікацій ЗМІ,

відкритих джерел або окремих документів); може містити систематизацію матеріалу без розгорнутих рекомендацій; орієнтовний обсяг 5–20 сторінок.

- Аналітична довідка – стислий документ, який подає ключові факти, характеристики події або окремого аспекту проблеми; обсяг зазвичай 2–5 сторінок.
- Дайджест – тематична добірка фрагментів із різних джерел, сформована за визначеною проблематикою, що дозволяє швидко ознайомитися з основними повідомленнями та позиціями.

Створення інформаційно-аналітичних документів є поетапною діяльністю, у межах якої відбувається перетворення розрізнених даних на завершений аналітичний продукт. Основні етапи підготовки інформаційно-аналітичного документу зображені на малюнку 7.2.

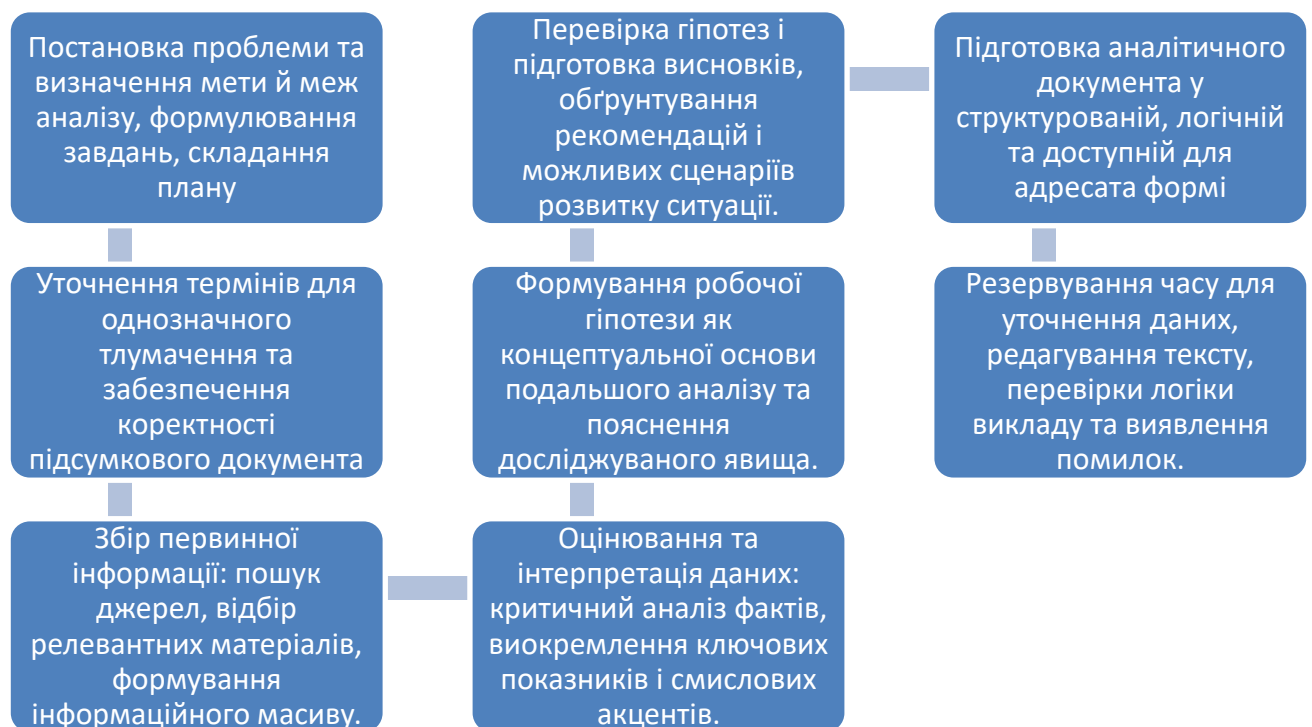


Рис. 7.2. Алгоритм підготовки інформаційно-аналітичних документів

Ефективність інформаційно-аналітичного документа визначається не лише змістом, а й дотриманням ключових **вимог до якості** аналітичного продукту. До основних вимог належать:

- Достовірність – забезпечується критичним відбором фактів, перевіркою джерел, зіставленням інформації та врахуванням контексту.
- Своєчасність – аналітичний документ має бути наданий у межах періоду, коли він може бути використаний для ухвалення рішення; за умов обмеженого часу допускається підготовка попередніх оцінок із подальшим уточненням і доповненням.
- Ясність і лаконічність – матеріал повинен бути викладений зрозуміло, логічно й без надмірних деталей, з акцентом на ключових висновках, ризиках та практичних рекомендаціях.
- Логічна узгодженість – аргументація має відповідати базовим законам логіки, а висновки повинні випливати з наведених фактів і проведеного аналізу.

Підготовка інформаційно-аналітичних документів у сфері міжнародних відносин є ключовим інструментом забезпечення державної зовнішньополітичної діяльності, міжнародної безпеки та ефективної комунікації в умовах високої динаміки глобальних процесів. Специфіка міжнародної інформації полягає в її багатоджерельності, політичній чутливості, наявності інформаційних впливів і маніпулятивних практик, що підвищує вимоги до достовірності, критичної верифікації та своєчасності аналітичних матеріалів.

Отже, аналітичні документи (аналітичні записки, довідки, огляди, звіти) дозволяють систематизувати дані про міжнародні події, оцінити інтереси та поведінку акторів, визначити ризики й можливості для держави, а також сформулювати обґрунтовані рекомендації щодо зовнішньополітичних рішень. Таким чином, якісно підготовлений інформаційно-аналітичний документ виступає не лише результатом професійної аналітичної діяльності, а й важливою складовою підтримки стратегічного планування та ухвалення рішень у сфері міжнародних відносин.

3. Інформаційно-аналітична робота в закордонних установах

Інформаційно-аналітична робота в закордонних установах є складним і багатокомпонентним процесом, що поєднує традиційні дипломатичні процедури та сучасні цифрові інструменти з метою забезпечення національних інтересів держави на міжнародній арені.

Інформаційно-аналітична діяльність у закордонних установах розглядається як сукупність цілеспрямованих дослідницько-пізнавальних дій, що здійснюються спеціалізованими підрозділами для вивчення явищ і процесів, які становлять оперативний інтерес. Як було вже зазначено, вона охоплює два взаємопов'язані напрями: інформаційно-пошукову роботу, зорієнтовану на забезпечення поточної діяльності, та аналітичну роботу, що спрямована на підтримку ухвалення стратегічних рішень.

Нормативно-правову основу цієї діяльності становлять:

- Віденська конвенція про дипломатичні відносини (1961), яка визначає функцію з'ясування законними способами подій у державі перебування та інформування про них свого уряду;
- Закон України «Про дипломатичну службу» (2018) та Положення про закордонні дипломатичні установи України (2021), які закріплюють обов'язок здійснювати аналіз внутрішньої та зовнішньої політики держави перебування;
- міжнародні стандарти захисту персональних даних, зокрема Конвенція № 108 Ради Європи «Про захист осіб у зв'язку з автоматизованою обробкою персональних даних» (1981) та Загальний регламент про захист даних (GDPR) Європейського Парламенту і Ради (2016) .

Ключовою метою інформаційно-аналітичної діяльності дипломатичних установ є інформування керівництва держави щодо ситуації в країні перебування, а також сприяння формуванню позитивного міжнародного іміджу своєї держави.

До *основних функцій* належать:

- забезпечення державних органів (Президента, Верховної Ради, Кабінету Міністрів) повною, актуальною та релевантною інформацією з питань зовнішньої політики;
- виявлення загроз і викликів національним інтересам та розроблення підходів до протидії таким загрозам дипломатичними засобами;
- участь у підготовці пропозицій щодо розвитку політичних, економічних і культурних зв'язків;
- прогнозування розвитку подій у країні перебування та у світі загалом.

Аналітичну роботу доцільно розглядати у стратегічному (довгостроковий огляд тенденцій) і тактичному (оперативне реагування на події) вимірах.

Значну частину професійної діяльності дипломатичних працівників становить опрацювання інформаційних матеріалів та документів. Основні канали отримання інформації зображені на рисунку 7.3.

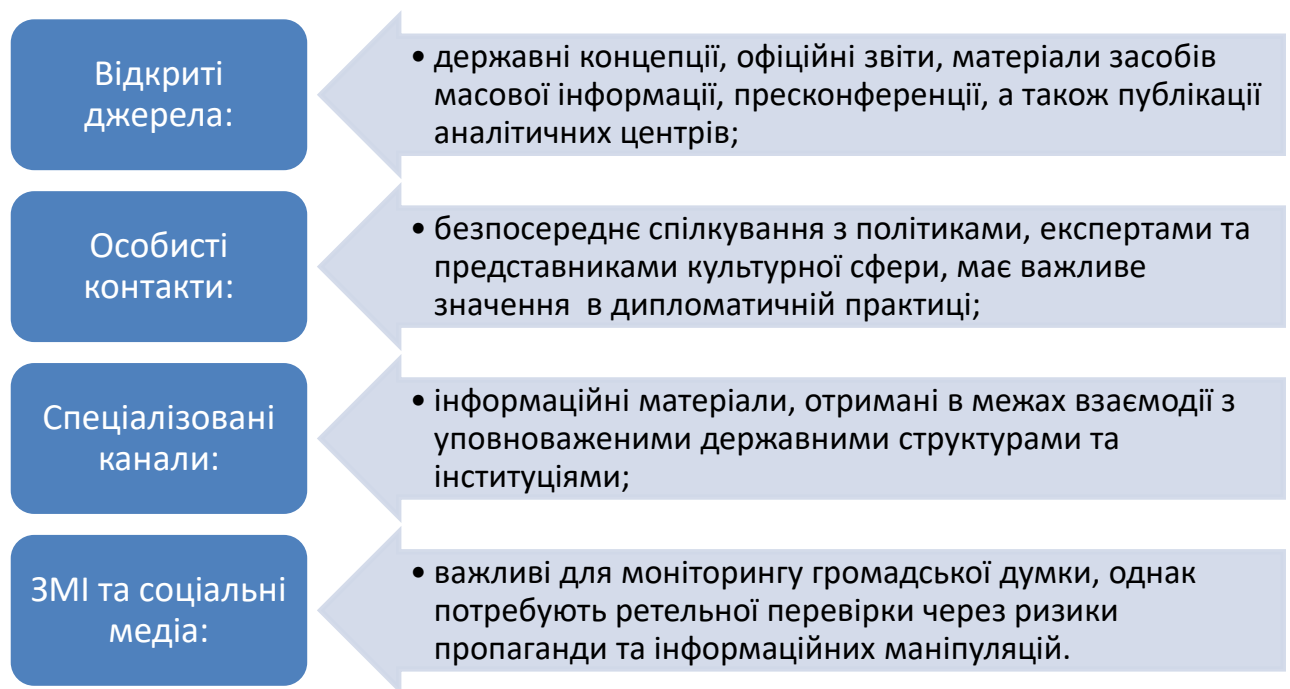


Рис. 7.3. Основні канали отримання інформації дипломатичними працівниками

Аналітичний продукт, підготовлений закордонними установами, має відповідати вимогам об'єктивності, достовірності, повноти, актуальності та релевантності для центрального апарату. Особливість дипломатичної аналітики

полягає в тому, що вона формується безпосередньо «в полі» — у середовищі держави перебування, з урахуванням її політичного контексту, медіаландшафту та позицій ключових акторів. Розглянемо глибше окремі *спеціальні методи аналізу*, використання яких допомагає досягти необхідного рівня якості аналітичних документів в закордонних установах.

Контент-аналіз у дипломатичній практиці передбачає системне кількісне та якісне вивчення офіційних заяв органів влади держави перебування, виступів глав держав і урядів, парламентських дебатів, стратегічних документів, матеріалів провідних медіа. В закордонних установах цей метод може використовуватися, наприклад, для виявлення змін у риториці щодо України або інших пріоритетних питань, фіксації тональності (нейтральна, критична, підтримуюча), визначення домінуючих наративів у політичному дискурсі чи оцінки ступеня консолідованості політичних еліт з певного питання. На практиці метод контент-аналізу може реалізовуватися через ведення тематичних досьє, моніторингових таблиць або регулярних оглядів медіаполя. Наприклад, аналіз частоти згадувань певної теми у парламентських виступах дозволяє визначити її пріоритетність у внутрішньополітичному порядку денному.

Метою *івент-аналізу* є ідентифікація й класифікація політичних подій (зустрічей, санкцій, конфліктів) для встановлення закономірностей та прогнозування можливих змін у геополітичному середовищі. Так, саме до івент-аналізу вдаються при системній фіксації та класифікації політичних подій: зустрічей на високому рівні, підписання угод, запровадження санкцій, протестних акцій, кадрових змін у керівництві держави перебування. У закордонних установах цей метод застосовується для формування хронології подій і встановлення причинно-наслідкових зв'язків. Події кодуються за типом, рівнем, спрямованістю та можливими наслідками для національних інтересів.

Практичне значення івент-аналізу полягає у можливості виявляти ескалаційні тенденції у двосторонніх або регіональних відносинах; прогнозувати зміни зовнішньополітичного курсу; оцінювати стабільність уряду чи коаліції; оперативно реагувати на кризові сигнали. Регулярне накопичення подієвих даних

дозволяє закордонній установі переходити від ситуативної реакції до системного аналізу динаміки політичних процесів.

Моніторинг інформаційного середовища – систематичне спостереження за офіційними та неофіційними джерелами інформації держави перебування (урядові портали, парламентські ресурси, провідні медіа, аналітичні центри, експертні блоги, соціальні мережі). У діяльності закордонних установ моніторинг виконує функцію раннього попередження, дозволяючи фіксувати зміну риторики урядовців, появу законодавчих ініціатив, формування суспільних дискусій щодо міжнародних питань. Особливого значення набуває відстеження інформаційних кампаній, зокрема координованих дезінформаційних наративів, що можуть впливати на двосторонні відносини або імідж України. Результати моніторингу закладаються в основу щоденних оглядів, інформаційних зведень та оперативних довідок для центрального апарату. Моніторинг інформаційного середовища має безперервний, оперативний характер і часто передує глибшому аналізу.

Інтент-аналіз – метод виявлення комунікативних намірів суб'єкта висловлювання шляхом дослідження змісту, контексту, тональності та прагматичних характеристик заяв. У практиці закордонних установ інтент-аналіз застосовується під час оцінювання публічних виступів політичних лідерів, дипломатичних нот, коментарів посадових осіб або програмних документів політичних партій. Завданням є не лише встановлення фактичного змісту повідомлення, а й визначення його стратегічної спрямованості: сигналізація про можливість переговорів, попередження про санкційні кроки, демонстрація внутрішньополітичної позиції або спроба впливу на міжнародну аудиторію. Інтент-аналіз дозволяє розмежувати декларативні заяви від реальних політичних намірів, оцінити ступінь щирості чи тактичності комунікації та сформулювати більш точні прогностичні висновки.

Методи прогнозування та моделювання дозволяють розробити ймовірні сценарії розвитку подій на основі аналізу попереднього досвіду та оцінювання їх потенційного впливу на міждержавні відносини.

У діяльності закордонних установ прогнозування має прикладний характер і спрямоване на підготовку центрального апарату до можливих сценаріїв розвитку подій. Прогностична робота включає визначення ключових факторів впливу (політичних, економічних, безпекових), формування альтернативних сценаріїв (оптимістичний, базовий, кризовий), оцінку ймовірності кожного сценарію та визначення потенційних наслідків для національних інтересів. Моделювання може здійснюватися шляхом експертних консультацій, аналізу попередніх аналогічних ситуацій; використання порівняльного підходу та із застосуванням ризик-орієнтованих матриць. Особливість дипломатичного прогнозування полягає у необхідності поєднання офіційної інформації з неформальними джерелами (експертні контакти, аналітичні центри, представники бізнесу), що дозволяє формувати більш комплексну картину.

У сучасних умовах закордонні установи функціонують в інформаційному середовищі, де активно поширюються маніпулятивні повідомлення та пропагандистські наративи. Тому *фактчекінг* є необхідною складовою інформаційно-аналітичної роботи.

Факт-чекінг передбачає перевірку першоджерела інформації, співставлення даних із кількох незалежних джерел, аналіз контексту поширення повідомлення та встановлення можливих зацікавлених сторін. Використання цього методу запобігає поширенню недостовірної інформації, а отже і сприяє недопущенню формування помилкових управлінських рішень центральним апаратом, допомагає підтримувати репутаційну стійкість держави.

У сукупності всі методи формують цілісну систему інформаційно-аналітичної роботи закордонних установ. У реальній практиці ці методи не використовуються ізольовано. Так, на підставі моніторингу інформаційного середовища може бути прийнято рішення про проведення більш глибокого контент-аналізу, контент-аналіз доповнюється івент-аналізом, результати яких стають основою для прогнозування, а фактчекінг забезпечує верифікацію отриманих даних. Така інтегрована модель дозволяє виявляти довгострокові тенденції, оперативно реагувати на зміни політичного середовища, забезпечувати

стратегічну поінформованість держави та підвищувати якість дипломатичних рішень.

Цифровізація суттєво трансформувала дипломатичну практику, актуалізуючи концепцію «цифрової дипломатії», яка передбачає використання інформаційно-комунікаційних технологій та соціальних медіа для розвитку міжнародних контактів і розширення комунікаційних можливостей держави. Використання технологій великих даних (Big Data) та штучного інтелекту (ШІ) сприяє підвищенню оперативності оброблення інформації та ефективності аналітичної діяльності. Водночас зростає значення протидії новим викликам, серед яких інформаційні війни, дезінформація та кібератаки. У цьому контексті особливої ваги набувають захист персональних даних і дотримання режимів обмеження доступу до інформації.

Вагомими суб'єктами інформаційно-аналітичної діяльності є міжнародні аналітичні центри (think tanks), зокрема Brookings Institution, Chatham House, RAND Corporation, які забезпечують уряди аналітичними матеріалами та експертними оцінками. Вони здійснюють дослідження, розробляють політичні сценарії та впливають на формування суспільної думки через публічні комунікації й медіа.

Отже, ефективність інформаційно-аналітичної роботи закордонних установ ґрунтується на поєднанні професійної компетентності дипломатичних працівників, застосуванні сучасних технологічних інструментів і надійному нормативно-правовому забезпеченні захисту інформації. Здатність аналітика виокремлювати ключове в умовах інтенсивних інформаційних потоків, здійснювати критичну оцінку даних та формулювати обґрунтовані рекомендації є важливою передумовою реалізації національних інтересів держави на міжнародній арені.

ЛЕКЦІЯ 8. Тема 8. Робота з інформаційними потоками

Основні питання:

1. Інформаційний простір як середовище існування інформаційних потоків
2. Мета та основні завдання моніторингу інформаційного простору.
3. Програмно-апаратні технології моніторингу інформаційного простору.

Завдання на СРС:

Як можна сформулювати основну мету моніторингу інформаційного простору?

Як відбувається процес збирання та систематизації інформації під час моніторингу інформаційного простору?

Як програмно-апаратні технології допомагають аналізувати інформаційні потоки в режимі реального часу?

Як здійснюється поетапний аналіз інформаційного простору від первинного збору даних до формування рекомендацій?

Як результати моніторингу та аналізу інформаційного простору можуть бути використані для ухвалення управлінських рішень?

Література:

основна – 5, 22, 26, 41, 45; додаткова – 68, 78, 84, 98, 107, 124.

Конспект лекції

1. Інформаційний простір як середовище існування інформаційних потоків

У сучасних умовах інформаційний простір є невід'ємною складовою функціонування держави та суспільства, що істотно впливає на політичні, економічні й соціальні процеси. Розвиток інформаційно-комунікаційних технологій сприяв суттєвому зростанню обсягів інформаційних потоків і прискоренню обміну повідомленнями, внаслідок чого інформаційне середовище набуло ознак динамічної системи з високим рівнем взаємозалежності елементів. За таких умов системний аналіз інформаційного простору набуває особливого значення, оскільки забезпечує можливість комплексного опису його структури,

механізмів функціонування та закономірностей розвитку. Розуміння зазначених аспектів є необхідною передумовою для формування обґрунтованих управлінських рішень і здійснення ефективного інформаційно-аналітичного супроводу діяльності державних і суспільних інституцій.

Поняття «інформаційний простір» має багатоаспектний характер і може тлумачитися у кількох взаємодоповнювальних підходах.

У широкому сенсі інформаційний простір – це багаторівнева сукупність результатів семантичної діяльності людства, що акумулює підсумки суспільної комунікації через системи інформації та зв'язку.

У вузькому сенсі – це сукупність об'єктів, що вступають в інформаційну взаємодію, а також технологій (технічних і програмних засобів), які забезпечують таку взаємодію.

У філософському аспекті інформаційний простір розглядається як сфера, у межах якої інформація є універсальним чинником, що пронизує соціальні процеси та впливає на формування стереотипів мислення.

Інформаційний простір доцільно розглядати через такі складові:

- об'єкти – джерела інформації, канали передачі, сховища даних;
- процеси – обробка, перетворення та поширення інформації;
- явища – інформаційні взаємодії, що проявляються у формах інтеграції або дезінтеграції окремих сегментів інформаційного простору.

Джерела інформації можуть бути класифіковані за різними ознаками, зокрема за послідовністю створення вони поділяються на первинні, вторинні та третинні; за способом публікації – на періодичні (ISSN), неперіодичні (ISBN) та видання з невстановленою періодичністю. Канали передачі інформації поділяються на природні (повітря, вода) та штучні (технічні), зокрема кабельні, оптоволоконні та радіохвильові.

Можна говорити про *три рівні інформаційного простору*: інформаційний простір індивіда, держави та національний інформаційний простір.

Інформаційний простір індивіда відображає сукупність доступних особі джерел і можливостей отримання інформації з глобального інформаційного середовища. Він формується під впливом географічного розташування, віку, професійної діяльності та індивідуальних інтересів. В умовах Інтернет-комунікацій важливим елементом такого простору виступає персональна соціальна мережа, що складається з акаунтів контактів і спільнот.

Інформаційний простір держави визначається як сукупність баз даних, технологій і систем, що функціонують у межах правового поля держави.

Національний інформаційний простір охоплює ресурси та інфраструктуру, які забезпечують інформаційні потреби громадян на території держави та відображають особливості суспільного розвитку. При цьому зазначені поняття не є тотожними: національний інформаційний простір може бути ширшим за державний (наприклад, унаслідок активності діаспори) або вужчим (через специфіку етнокультурних чинників).

Україна перебуває в процесі інтеграції до глобального інформаційного простору, що потребує узгодження нормативно-правових підходів і розвитку цифрової інфраструктури та виважених підходів до наповнення державного та національного інформаційного простору. У цьому контексті серед чинників, які ускладнюють інтеграційні процеси, можуть розглядатися поширення неліцензійного програмного забезпечення, домінування іноземного контенту та нерівномірність доступу до сучасних цифрових ресурсів.

Отже, інформаційний простір є складною багаторівневою системою, що формується внаслідок комунікаційної діяльності суспільства та функціонує на основі взаємодії об'єктів, процесів і технологічних компонентів. Його аналіз передбачає комплексний підхід, який охоплює визначення структури інформаційного середовища, класифікацію джерел і каналів, а також розмежування рівнів інформаційного простору – від індивідуального до національного й державного. Застосування сценарного аналізу та автоматизованих методів опрацювання текстів створює можливості для системного дослідження інформаційного простору, виявлення закономірностей

його розвитку та формування аналітичних висновків на основі структурованих даних.

2. Мета та основні завдання моніторингу інформаційного простору

У науково-методологічному сенсі моніторинг інформаційного середовища є окремим методом дослідження, що полягає у безперервному спостереженні та фіксації змін в інформаційних потоках. Водночас у практиці державного управління, публічної дипломатії та міжнародних відносин термін «моніторинг інформаційного простору» нерідко використовується у широкому значенні – як позначення комплексної системи інформаційно-аналітичної діяльності, що охоплює спостереження, аналіз, прогнозування та підготовку рекомендацій. В цій лекції даний термін вживається у широкому значенні.

У сучасних умовах моніторинг інформаційного простору є невід’ємною складовою інформаційно-аналітичної діяльності, оскільки дає змогу формувати актуальну картину інформаційного середовища, оцінювати характер і масштаби інформаційного впливу, а також підтримувати ухвалення управлінських рішень у сфері національної безпеки. Особливої актуальності моніторинг набуває у воєнній сфері, де інформаційні впливи є елементом протиборства та потребують комплексного аналізу з урахуванням фізичного, віртуального й когнітивного вимірів.

Моніторинг інформаційного простору – це безперервний процес спостереження за подіями та комунікаційними процесами в медіасередовищі, що передбачає збирання, систематизацію, класифікацію та аналітичне опрацювання інформації з метою виявлення тенденцій і ризиків. У воєнній сфері моніторинг виступає не лише інструментом фіксації інформаційних явищ, а системотвірним елементом, який забезпечує можливість виявлення характеру інформаційного впливу противника та формування оптимальних способів протидії. Він охоплює три взаємопов’язані виміри: фізичний (інфраструктурний), віртуальний (процеси обробки даних) та когнітивний (свідомість і сприйняття людей).

Мета моніторингу як системи інформаційно-аналітичного забезпечення роботи з інформаційними потоками реалізується на кількох стратегічних рівнях, зокрема:

- забезпечення національної безпеки – своєчасне виявлення, ідентифікація та класифікація чинників дестабілізації, що можуть трансформуватися у реальні загрози державі;
- підтримка прийняття рішень – надання воєнно-політичному керівництву актуальної та об'єктивної картини інформаційного середовища для ухвалення обґрунтованих управлінських рішень;
- інформаційний захист – виявлення ознак деструктивного впливу, інформаційних операцій і дезінформаційних кампаній противника;
- підвищення ефективності власних комунікацій – оцінювання сприйняття аудиторією офіційних повідомлень і коригування комунікаційної стратегії.

Для досягнення визначеної мети суб'єкти моніторингу виконують такі основні завдання:

1. Збирання та реєстрація інформаційних ресурсів – систематичний пошук і накопичення даних із преси, телебачення, радіо, інтернет-видань та соціальних мереж.

2. Аналіз тенденцій і динаміки – відстеження інтенсивності висвітлення окремих тем, періодичності появи повідомлень та змін їхньої спрямованості.

3. Ідентифікація та аналіз інформаційних загроз – розпізнавання моделей інформаційних атак (наприклад, за фазами: «фонові публікації» – «затишшя» – «артпідготовка» – «атака»).

4. Дослідження цільових аудиторій – вивчення настроїв, потреб, вразливостей і поведінкових патернів різних груп населення.

5. Виявлення першоджерел та суб'єктів впливу – встановлення ініціаторів дезінформації, мереж координації та агентів впливу.

6. Прогнозування розвитку ситуації – моделювання ймовірних наслідків інформаційних впливів і підготовка сценаріїв реагування на випередження.

Методологічно моніторинг реалізується через оцінювання інформаційного середовища, що є підґрунтям для стратегічного планування. У практичній площині доцільно виокремлювати два оперативні рівні моніторингу: аналіз поточної інформації (дослідження фактів і подій у режимі реального часу з метою оперативного реагування) та прогноз розвитку викликів (оцінювання потенційного впливу поточного інформаційного фону на майбутній морально-психологічний стан населення).

Сценарний аналіз застосовується для зниження рівня невизначеності в процесі прийняття рішень та прогнозування розвитку подій. Його етапи включають визначення мети, побудову альтернативних схем розвитку процесів і оцінювання можливих стратегій на основі моделювання.

Для дослідження інформаційного простору можуть застосовуватися інструменти лінгвістичного аналізу, зокрема:

- виділення ключових понять (уніграми, біграми, триграми);
- алгоритм HITS, що передбачає розрахунок показників авторства (auth) та посередництва (hub) для ранжирування вузлів у мережі термінів;
- онтологічне моделювання для опису взаємозв'язків між поняттями й урахування факторів впливу;
- візуалізація сценарних моделей через побудову графів.

Також для аналізу інформаційних потоків використовуються спеціалізовані системи аналізу великих даних, зокрема InfoStream, CrowdTangle, tgstat.com.

Процес моніторингу здійснюється послідовно та включає такі етапи:

1. Первинний збір – моніторинг джерел за ключовими словами та/або тегами.

2. Часовий аналіз – побудова графіків активності та визначення «критичних точок» (інформаційних сплесків).

3. Детальний контент-аналіз – вивчення смислів, наративів і емоційного забарвлення публікацій.

4. Формування висновків («So What?») – оцінювання значущості виявленої інформації для керівника.

5. Розробка рекомендацій («What Next?») – підготовка пропозицій щодо заходів інформаційної протидії або активного інформування.

Отже, моніторинг інформаційного простору є безперервним процесом збирання, систематизації та аналітичного опрацювання інформації, спрямованим на формування об'єктивного уявлення про стан інформаційного середовища та його вплив на суспільство й державні інститути. Його результатом є підготовка узагальнених аналітичних висновків і рекомендацій, необхідних для своєчасного реагування на інформаційні виклики та загрози.

3. Програмно-апаратні технології моніторингу інформаційного простору

Моніторинг інформаційного простору в сучасних умовах набуває характеру технологічно організованого процесу, ефективність якого безпосередньо залежить від рівня розвитку та інтеграції програмно-апаратних засобів. З огляду на зростання обсягів інформаційних потоків, швидкість поширення повідомлень і підвищення ризиків інформаційних впливів, традиційні ручні методи спостереження стають недостатніми, що зумовлює необхідність застосування автоматизованих інформаційно-аналітичних систем. Такі системи поєднують апаратні ресурси для зберігання та обробки великих масивів даних із програмними платформами для збору, фільтрації, класифікації та аналітичного опрацювання інформації. Відтак розгляд програмно-апаратних технологій моніторингу є важливою умовою розуміння сучасних підходів до аналізу інформаційного середовища та формування обґрунтованих висновків у контексті забезпечення національних інтересів і національної безпеки.

Ефективність функціонування систем моніторингу значною мірою визначається *апаратно-технічною базою (hardware)*, яка забезпечує зберігання та обробку масивів даних, зокрема у контексті роботи з великими даними (Big Data). До ключових елементів апаратної складової належать:

- сервери та дата-центри, що забезпечують безперервне зберігання й високошвидкісну обробку значних обсягів інформації;

- спеціалізовані процесори (GPU, TPU), які застосовуються для прискорення обчислень у сфері штучного інтелекту та нейронних мереж;
- пристрої зберігання даних, зокрема системи SSD, HDD та NAS-рішення, що забезпечують надійність і гнучкість керування накопиченими ресурсами;
- телекомунікаційне обладнання, включно з мережевими компонентами, засобами передавання даних та супутниковими системами, які забезпечують доступ до глобальних мереж і стабільність обміну інформацією.

Програмні технології та платформи обробки даних (software) забезпечують автоматизацію пошуку, фільтрації та змістовного аналізу інформації, а також підтримують функціонування ІАС у режимі, наближеному до реального часу. До найбільш поширених технологій належать:

- *системи управління базами даних*, зокрема PostgreSQL (підтримка JSON і складних запитів), MySQL (висока продуктивність для вебзастосунків), а також Microsoft SQL Server і Oracle Database, що використовуються у критично важливих інформаційних системах;
- *технології потокової аналітики*, зокрема платформи Apache Kafka та Apache Flink, які дозволяють здійснювати аналіз у режимі реального часу, що є важливим для завдань кібербезпеки та промислового Інтернету речей (IIoT);
- *розподілені обчислення*, зокрема використання Apache Hadoop та Apache Spark, що забезпечує розподіл навантаження між вузлами й підвищує ефективність опрацювання даних у масштабованих середовищах.

У практиці моніторингу інформаційного простору застосовуються ***спеціалізовані програмні комплекси***, призначені для вирішення конкретних завдань. Зокрема, можуть використовуватися такі системи:

- WEB-OBSERVER – автоматизована система збирання та структуризації інформації з відкритих інтернет-джерел і корпоративних сховищ;

забезпечує моніторинг репутаційних ризиків, конкурентного середовища та виявлення можливих витоків конфіденційної інформації.

- INTELLECTUM.BIS – інструментарій для бізнес-досліджень, маркетингового аналізу та конкурентної розвідки; орієнтований на прогнозування інформаційної активності опонентів і визначення каналів впливу.
- ІАС «Астра» – система, призначена для стратегічного планування; забезпечує тематичну фільтрацію текстових повідомлень, повнотекстову індексацію та автоматизоване формування дайджестів.
- ЕС «Аналітик-2» – корпоративна експертна система, що призначена для роботи з великими обсягами неструктурованої інформації та забезпечує автоматизоване виявлення у текстах персоналій, організацій та формування семантичних карт предметних галузей.

Сучасні системи моніторингу значною мірою спираються на *інтелектуальні технології та нейронні мережі*, що забезпечують автоматизоване опрацювання інформації та підтримують аналітичні процедури. Зокрема, застосовуються:

- нейронні мережі (CNN, RNN), які використовуються для розпізнавання образів, обробки природної мови та прогнозування поведінкових патернів;
- технології глибокого навчання (Deep Learning), що у низці випадків забезпечує підвищення точності аналітичних прогнозів порівняно з класичними статистичними моделями;
- експертні системи, тобто програмні рішення, здатні накопичувати знання фахівців і формувати рекомендації або пропонувати варіанти рішень на основі формалізованих правил.

Моніторинг інформаційного простору може реалізовуватися на основі інтегрованої моделі управління даними, яка включає такі взаємопов'язані блоки:

- системний аналіз великих даних (визначення структури даних та їхніх джерел);

- нейромережеві технології (класифікація інформації та прогнозування);
- алгоритми потокової обробки (аналіз у режимі реального часу);
- інтеграція розподілених систем (підвищення швидкості та стійкості обробки);
- імплементація квантових алгоритмів як перспективного напрямку подальшого розвитку, що потенційно може забезпечувати прискорення обчислювальних процесів у майбутньому.

Програмно-апаратні комплекси моніторингу виступають інструментом забезпечення інформаційної безпеки та дозволяють протидіяти деструктивним інформаційним впливам, дезінформації та маніпулятивним практикам. У цьому контексті важливого значення набуває застосування сучасних криптографічних протоколів, зокрема технологій, що забезпечують можливість виконання обчислень над зашифрованими даними без їхнього розкриття.

Отже, інтеграція потужного апаратного забезпечення з програмними комплексами на основі технологій штучного інтелекту забезпечує новий рівень цифрової трансформації моніторингу інформаційного простору. Це дозволяє переходити від простого накопичення інформації до її аналітичного опрацювання, узагальнення та синтезу консолідованих висновків, необхідних для прийняття управлінських рішень.

ЛЕКЦІЯ 9. Тема 9. Формування та наповнення інформаційного простору

Основні питання:

1. Змістовне наповнення інформаційного простору.
2. Канали поширення інформації.
3. Інструменти оцінювання інформаційного середовища.

Завдання на СРС:

Як формується змістовне наповнення інформаційного простору та які його основні виміри?

Як стратегічні наративи впливають на сприйняття міжнародних подій у глобальному інформаційному просторі?

Як різні канали поширення інформації (традиційні медіа, соціальні мережі, месенджери) змінюють характер комунікації в міжнародних відносинах?

Як алгоритми цифрових платформ впливають на видимість і поширення інформації в інформаційному просторі?

Як можна оцінювати стан інформаційного середовища за допомогою аналітичних та технологічних інструментів?

Література:

основна – 1, 2, 19, 23, 40; додаткова – 81, 105, 117, 126, 140.

Конспект лекції

1. Змістовне наповнення інформаційного простору

Інформаційний простір у сучасних міжнародних відносинах є складною соціально-політичною та комунікаційною сферою, у межах якої здійснюється діяльність зі створення, збирання, зберігання, використання та поширення інформації. У сучасному світі він перестав бути лише віртуальним або допоміжним виміром суспільної реальності, перетворившись на глобальне середовище постійної взаємодії, що функціонує за принципом цілодобових комунікацій та істотно впливає на політичні, соціальні й міжнародні процеси.

У контексті міжнародних відносин інформаційний простір виступає не лише каналом передавання повідомлень, а й ареною формування смислів, інтерпретацій і наративів, які визначають сприйняття подій, держав і міжнародних акторів. Саме в цьому середовищі відбувається конструювання образів «свого» і «чужого», легітимація зовнішньополітичних рішень та формування громадської думки як усередині держав, так і на міжнародному рівні.

Змістовне наповнення інформаційного простору реалізується через взаємодію трьох взаємопов'язаних вимірів, кожен з яких виконує окрему, але взаємодоповнюючу функцію.

Фізичний вимір охоплює матеріальну та технічну основу інформаційного простору. До нього належать комп'ютерні мережі, телекомунікаційні системи, серверна інфраструктура, засоби передавання та зберігання даних. Саме цей вимір забезпечує технічну можливість циркуляції інформації та визначає рівень доступу до неї як на національному, так і на глобальному рівнях.

Віртуальний (інформаційний) вимір включає безпосередній інформаційний контент: тексти, зображення, аудіо- та відеоматеріали, а також цифрові платформи й алгоритми їх обробки та поширення. У цьому вимірі відбувається формування інформаційних потоків, порядку денного та тематичних акцентів, що впливають на інтерпретацію міжнародних подій.

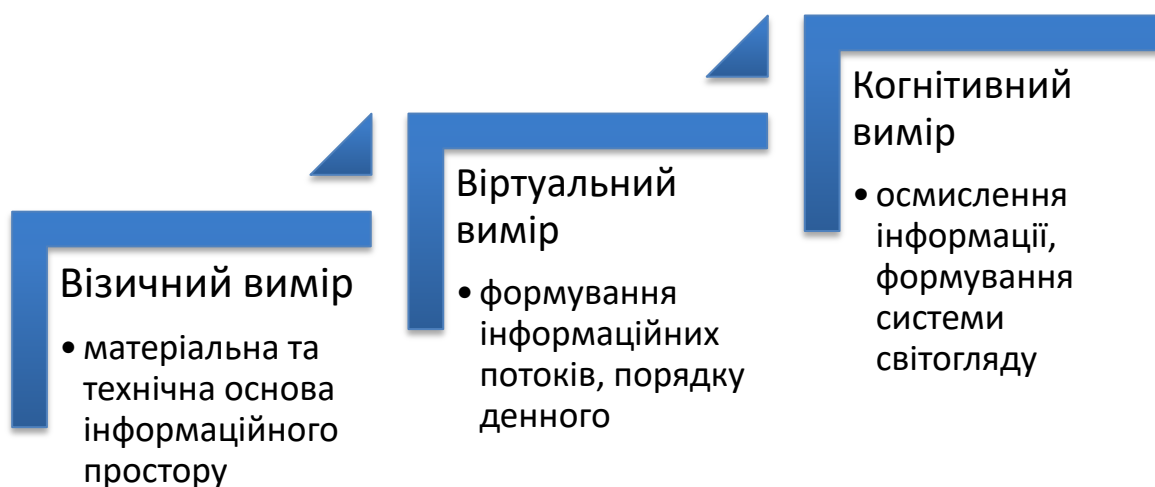


Рис. 9.1. Тривимірна структура інформаційного простору

Когнітивний вимір є ключовим рівнем інформаційного простору, оскільки саме тут інформація осмислюється, інтерпретується та перетворюється на систему переконань, цінностей і поведінкових установок. Когнітивний вимір безпосередньо пов'язаний із формуванням світогляду, політичних орієнтацій та готовності індивідів і соціальних груп до певних дій, що надає йому особливого значення в міжнародних відносинах.

Ключовим елементом змістовного наповнення інформаційного простору виступає стратегічний наратив. На відміну від простого набору фактів, **стратегічний наратив** являє собою цілісну та переконливу сюжетну конструкцію, яка пояснює події, впорядковує їх у логічну послідовність і задає бажаний вектор розвитку.

У міжнародних відносинах стратегічні наративи виконують функцію інтерпретації реальності, формуючи уявлення про причини конфліктів, роль окремих держав та можливі сценарії майбутнього. Через наративи держави транслиують власне бачення міжнародного порядку, обґрунтовують зовнішньополітичні рішення та конструюють образи партнерів і опонентів.

Важливим принципом формування стратегічного наративу є підхід «say – do», який передбачає відповідність між задекларованими повідомленнями та реальними діями держави. Порушення цього принципу призводить до втрати довіри з боку внутрішніх і зовнішніх аудиторій та знижує ефективність міжнародної комунікації.

Змістовне наповнення інформаційного простору не може бути стихійним процесом і потребує системної координації, що забезпечується **стратегічними комунікаціями**. СтратКом спрямовані на узгодження слів, образів і дій держави з метою досягнення визначених політичних і зовнішньополітичних цілей.

Одним із базових принципів стратегічних комунікацій є принцип правдивості. В умовах поширення дезінформації, маніпулятивних технологій і феномену «постправди» достовірна інформація стає ключовим ресурсом довгострокової довіри та стійкості суспільства.

Не менш важливим є принцип таргетування, який передбачає чітке визначення цільових аудиторій та адаптацію повідомлень до їхніх соціальних, культурних і політичних особливостей. У міжнародних відносинах це дозволяє ефективніше доносити позицію держави до зовнішніх аудиторій і підвищувати результативність публічної дипломатії.

Якість і спрямованість змістовного наповнення інформаційного простору безпосередньо впливають на рівень національної безпеки. У сучасних умовах держава повинна активно формувати власний інформаційний порядок денний, наповнюючи простір контентом, що відповідає її національним інтересам та цінностям.

Водночас інформаційний простір часто стає об'єктом цілеспрямованого впливу з боку зовнішніх акторів, які використовують пропаганду, дезінформацію та так звані «ідеологічні матриці» для маніпулювання суспільною свідомістю та дискредитації державних інститутів. У цьому контексті захист інформаційного суверенітету виступає необхідною умовою збереження політичної незалежності та стабільності держави.

Сучасне змістовне наповнення інформаційного простору неможливе без використання новітніх цифрових технологій. Соціальні мережі та онлайн-платформи стали основними каналами оперативного поширення інформації та впливу на громадську думку як на національному, так і на міжнародному рівнях.

Важливу роль відіграє постійний моніторинг інформаційного середовища, який дозволяє своєчасно виявляти загрози, тенденції та інформаційні кампанії, зокрема на етапах підготовки до політичного або військового загострення.

Штучний інтелект і технології Big Data застосовуються для аналізу великих масивів інформації, виявлення закономірностей та прогнозування реакцій цільових аудиторій, що значно підвищує ефективність стратегічних комунікацій у міжнародних відносинах.

Отже, змістовне наповнення інформаційного простору в міжнародних відносинах є не просто процесом трансляції інформації, а цілеспрямованим формуванням смислового середовища. Воно ґрунтується на стратегічних

наративах, принципах стратегічних комунікацій та використанні сучасних технологій, що у сукупності забезпечує когнітивну стійкість суспільства, ефективність зовнішньої політики та захист національних інтересів держави на міжнародній арені.

2. Канали поширення інформації

Комунікаційний канал – це сукупність технологічних, організаційних і соціальних засобів, які забезпечують передачу інформаційного повідомлення від суб'єкта комунікації до цільової аудиторії. У прикладному розумінні канал виступає посередником, своєрідною «транспортною інфраструктурою», що визначає форму, швидкість і масштаб поширення контенту.

У сучасному трактуванні канали комунікації – це методи та медіа, які державні інституції, міжнародні організації, бізнес і громадянське суспільство використовують для взаємодії зі своїми стейкхолдерами. За концепцією Маршалла Маклюєна, засіб комунікації сам по собі є повідомленням («the medium is the message»), оскільки характеристики каналу безпосередньо впливають на спосіб сприйняття інформації та результат комунікаційної взаємодії.

Еволюція комунікаційних каналів пройшла шлях від механічного телеграфу (1794 р.) і передачі сигналів мідними дротами (1837 р.) до використання електромагнітних хвиль (1896 р.) та оптичного волокна (1973 р.). Сучасний етап характеризується домінуванням цифрових комунікацій, що ґрунтуються на обміні цифровим контентом у мережевому середовищі через інтернет та онлайн-технології. Це середовище функціонує за принципом цілодобових горизонтальних зв'язків і має практично необмежену джерельну базу.

У міжнародних відносинах вибір каналу поширення інформації безпосередньо впливає на легітимність, довіру та ефективність зовнішньополітичних меседжів. Один і той самий канал може мати різну силу впливу залежно від політичного режиму, рівня свободи медіа та культурного контексту конкретної держави. Ефективність комунікації залежить від

правильного таргетування – вибору цільової аудиторії, часу та каналу поширення меседжу.

Для ефективного просування медіапродуктів, державних наративів та зовнішньополітичних позицій використовується медіамікс, у межах якого канали класифікуються за кількома критеріями.

Однією з найбільш поширених сучасних моделей класифікації каналів є **модель PESO**, яка передбачає поділ на чотири групи:

Paid (оплачувані) – реклама в масмедіа, контекстна реклама, проплачена співпраця з блогерами та лідерами думок.

Earned (зароблені) – безкоштовні згадування в медіа та соціальних мережах, отримані завдяки інформаційним приводам або репутації суб'єкта комунікації.

Shared (спільні) – соціальні медіа, де контент поширюється через добровільну участь користувачів, механізми репостингу та краудсорсингу.

Owned (власні) – канали, які повністю контролюються організацією (офіційні сайти, блоги, сторінки в соцмережах, мобільні застосунки).

Модель PESO походить зі сфери зв'язків з громадськістю та стратегічних комунікацій, однак її логіка активно використовується й у державних та міжнародних інформаційних кампаніях. В умовах цифрової трансформації спостерігається зсув до моделі SOEP, у якій власні та спільні цифрові канали відіграють провідну роль.

Традиційно канали поділяли на масові (телебачення, радіо, преса), вибірккові та персональні. У сучасному інформаційному суспільстві роль медіа суттєво змінилася: вони стали не лише засобом передачі новин, а інструментом конструювання соціальної реальності та формування ставлення аудиторії до політичних і безпекових подій.

Домінантним каналом поширення інформації стали **соціальні медіа**: це вебсайти та застосунки, які забезпечують віртуальну взаємодію користувачів і спільне створення контенту. Їх ключовою особливістю є мультимодальність – поєднання тексту, аудіо, зображень і відео в єдиному комунікаційному просторі. Ключовими соціальними медіа зображені на рисунку

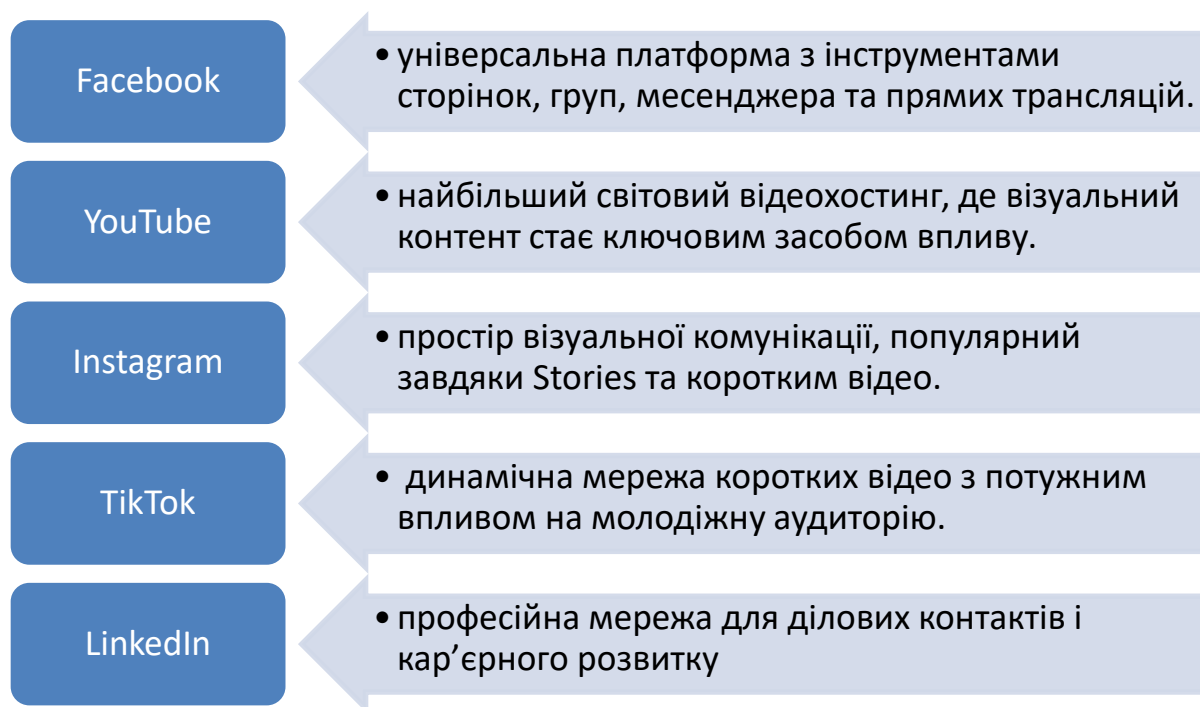


Рис. 9.2. Ключові соціальні медіа сьогодення

Окрему групу становлять месенджери (Telegram, Viber, WhatsApp, Signal), які поєднують ознаки міжособистісної та масової комунікації. Їх напівприватний характер ускладнює зовнішній моніторинг, водночас підвищуючи ефективність поширення інформації в кризових і воєнних умовах.

Цікавим є феномен Telegram-каналів в Україні. Після 24 лютого 2022 року Telegram став одним із ключових каналів оперативного інформування в Україні, що зумовлено швидкістю поширення повідомлень, лаконічністю формату, доступністю платформи та низьким порогом входу для користувачів. З іншого боку, з міркувань безпеки, зокрема через надмірну анонімність, розповсюдження фішингу та шкідливого програмного забезпечення в Telegram, вербування для скоєння терактів, були запроваджені обмеження у використанні цього месенджера для державних службовців, працівників підприємств критичної інфраструктури, військовослужбовців, в окремих закладах вищої освіти тощо. Тим не менше, Telegram-канали продовжують суттєво впливати на формування новинного порядку денного та громадської думки, частково перебравши функції традиційних медіа.

У сучасному цифровому середовищі канали поширення інформації дедалі більше залежать від алгоритмів платформ, які визначають видимість, пріоритетність і швидкість розповсюдження контенту. Алгоритми фактично виконують роль «невидимого посередника» між комунікатором та аудиторією, посилюючи або обмежуючи доступ до інформації та впливаючи на формування інформаційної картини світу.

Захист національного інформаційного простору потребує, як вже зазначалось, постійного моніторингу інформаційного середовища з метою виявлення інформаційного впливу на ранніх фазах. Основними викликами функціонування сучасних цифрових каналів є дезінформація та маніпуляції. Дезінформаційний контент у соціальних мережах, як правило, поширюється швидше й охоплює ширші аудиторії, ніж перевірена інформація. У міжнародній практиці канали комунікації дедалі частіше розглядаються як інструмент інформаційної зброї, що використовується для дестабілізації суспільств і підриву політичної волі.

Отже, система каналів поширення інформації є складним гібридом традиційних і цифрових платформ. Ефективність комунікації в сучасному інформаційному суспільстві залежить від здатності інтегрувати різні типи каналів у межах єдиної стратегії з урахуванням міжнародного, правового та безпекового контексту.

3. Інструменти оцінювання інформаційного середовища

Інформаційне середовище в міжнародних відносинах розглядається як багатовимірний простір, у якому формуються політичні наративи, здійснюється вплив на суспільну думку та ухвалюються зовнішньополітичні й безпекові рішення. Під оцінюванням інформаційного середовища розуміється аналіз інформаційних потоків, ключових акторів, наративів, каналів поширення та їхнього впливу на політичні процеси. Відповідно, інструменти його оцінювання мають поєднувати нормативні, аналітичні та прогностичні підходи.

Глобальні індекси та міжнародні стандарти

На стратегічному рівні оцінювання інформаційного середовища держав здійснюється за допомогою міжнародно визнаних індексів і стандартів, які дозволяють порівнювати спроможності країн та визначати їхню готовність до інформаційних викликів.

National Cyber Security Index (NCSI) використовується для оцінювання інституційної та нормативної готовності держав до протидії інформаційним і кіберзагрозам, управління інцидентами та кризовими ситуаціями. Для міжнародників цей індекс є інструментом порівняльного аналізу держав і показником рівня їх інтеграції у міжнародну систему інформаційної безпеки. Водночас NCSI відображає насамперед інституційно-нормативний рівень і не охоплює повною мірою когнітивний, політичний та соціальний виміри інформаційного середовища.

Міжнародні стандарти серії ISO/IEC (зокрема ISO/IEC 27001 та ISO/IEC 27035) формують універсальну нормативну базу управління інформаційною безпекою та реагування на інциденти. У міжнародному контексті вони слугують інструментом уніфікації підходів, що полегшує транскордонну співпрацю, обмін інформацією та формування взаємної довіри між державами й міжнародними організаціями. Водночас застосування стандартів не замінює політичного та стратегічного аналізу інформаційного середовища.

Методологічні інструменти оцінювання.

Методологічний інструментарій дозволяє перейти від опису інформаційного середовища до його аналітичного осмислення та прогнозування.

Кількісні методи ґрунтуються на статистичному аналізі інформаційних потоків, частотності повідомлень, динаміки наративів і ймовірності реалізації загроз. У міжнародній практиці вони переважно застосовуються для макроаналізу, міждержавних порівнянь та оцінювання загальних тенденцій.

Якісні (експертні) методи базуються на узагальненні суджень фахівців з міжнародних відносин, безпеки та комунікацій. Поєднання логічного аналізу та експертного досвіду дозволяє працювати з багатовимірними проблемами в умовах

неповноти інформації, що є типовим для міжнародної політики, кризових ситуацій і переговорних процесів.

Аналітичні інструменти збору та обробки інформації.

Для оцінювання інформаційного середовища важливу роль відіграють інструменти первинного збору та аналізу даних, які забезпечують основу для подальших політичних і безпекових висновків:

прес-кліпінг і моніторинг медіа – забезпечують системне відстеження інформаційних потоків щодо держав, міжнародних організацій і ключових акторів та дозволяють фіксувати зміну позицій і пріоритетів у міжнародному дискурсі;

контент-аналіз – дозволяє виявляти домінуючі теми, наративи та смислові акценти в міжнародному інформаційному просторі;

інформаційне моделювання – застосовується для аналізу подій і процесів, які неможливо безпосередньо спостерігати, зокрема в умовах конфліктів та обмеженого доступу до інформації;

колективні експертні методи (зокрема мозковий штурм) – використовуються для формування сценаріїв розвитку подій та варіантів зовнішньополітичних і безпекових рішень.

Технологічні інструменти аналізу.

Сучасне оцінювання інформаційного середовища неможливе без автоматизованих технологій обробки великих масивів даних.

Технології Big Data та Data Mining дозволяють аналізувати масштабні інформаційні потоки, прогнозувати поведінку державних і недержавних акторів та розвиток інформаційних кампаній.

Системи класу SIEM та інші спеціалізовані програмні рішення забезпечують інтеграцію даних з різних джерел і підтримують оперативне реагування. Для фахівців з міжнародних відносин ці інструменти мають значення не як об'єкт технічного управління, а як засіб оцінювання стабільності інформаційного середовища, рівня ризиків та потенціалу ескалації міжнародних конфліктів.

Моделі підтримки ухвалення рішень.

В умовах міжнародних криз і конфліктів оцінювання інформаційного середовища має безпосередньо підтримувати процес ухвалення політичних рішень.

Метод аналізу ієрархій (MAI) дозволяє структурувати складні проблеми та порівнювати альтернативи з урахуванням політичних, безпекових і репутаційних факторів.

Нелінійні моделі компромісів застосовуються для пошуку оптимальних рішень у ситуаціях конфлікту інтересів, що є типовим для міжнародних відносин та інформаційного протиборства між державами.

Оцінювання в умовах гібридної війни та інформаційних, психологічних операцій.

У сучасних конфліктах інформаційне середовище є окремим полем протиборства. Оцінювання інформаційних і психологічних операцій передбачає:

- аналіз повторюваності наративів і смислових конструкцій;
- виявлення ознак прихованого впливу на цільові аудиторії;
- врахування ролі автоматизованих акаунтів і координованих інформаційних кампаній.

Результати такого оцінювання використовуються при формуванні дипломатичних позицій, обґрунтуванні санкційної політики та підготовці міжнародно-правової оцінки дій держав.

Отже, інструменти оцінювання інформаційного середовища в міжнародних відносинах охоплюють індексні, методологічні, аналітичні, технологічні та модельні підходи, що функціонують на глобальному, державному та оперативному рівнях. Їх комплексне застосування дозволяє перетворити фрагментарні інформаційні сигнали на стратегічне знання, необхідне для ухвалення зовнішньополітичних і безпекових рішень та захисту інформаційного суверенітету держави.

ЛЕКЦІЯ 10. Тема 10. Механізми міжнародної інформації

Основні питання:

1. Поняття механізмів міжнародної інформації.
2. Основні механізми міжнародної інформації.
3. Роль механізмів міжнародної інформації у світовій політиці.

Завдання на СРС:

Як можна пояснити поняття механізмів міжнародної інформації та їхню системну природу?

Як функціонують інституційні та нормативно-правові механізми міжнародної інформації у глобальному управлінні?

Як технологічно-цифрові механізми впливають на швидкість, доступність і характер міжнародного обміну інформацією?

Як медіа- та комунікаційні механізми формують міжнародні наративи та впливають на світову політику?

Як механізми міжнародної інформації можуть одночасно сприяти міжнародній співпраці та створювати ризики дезінформації?

Література:

основна – 43, 54, 57; додаткова – 119, 143, 144, 154, 160, 165, 166, 173.

Конспект лекції

1. Поняття механізмів міжнародної інформації

Нагадаємо, що міжнародна інформація – це сукупність відомостей про події, процеси та явища, що відбуваються у світовому просторі та відображають політичні, економічні, соціокультурні, технологічні й безпекові виміри глобальної взаємодії. Вона охоплює дані, знання, аналітичні матеріали, статистичні показники, комунікативні повідомлення й транскордонні потоки даних (cross-border data flows), що циркулюють між державами, міжнародними організаціями, транснаціональними структурами та іншими акторами світової політики.

Міжнародна інформація, на відміну від внутрішньодержавної, створюється

у поліцентричному середовищі, позбавленому єдиного регулятора. Вона забезпечує координацію політик, діяльність глобальних інститутів і вироблення спільних підходів до питань розвитку та безпеки. Вона не лише відображає, а й формує соціально-політичну реальність — як через механізми дезінформації та викривленого сприйняття, так і через механізми міжнародної комунікації, інституційної координації, інформаційної відкритості, верифікації даних і спільного вироблення рішень.

Поняття механізмів міжнародної інформації охоплює не лише їх визначення, а й розкриття внутрішньої структури та функціонального призначення в системі міжнародних відносин.

Механізми міжнародної інформації — це цілісна система інституційних структур, нормативно-правових норм, технологічних засобів і процедурних правил, які забезпечують збирання, обробку, збереження, поширення та використання інформації у міжнародному середовищі. Вони формують організаційний і функціональний каркас глобального інформаційного простору та визначають спосіб, у який інформація перетворюється на інструмент міжнародної взаємодії.

На відміну від каналів міжнародної комунікації, що забезпечують передачу повідомлень, або окремих джерел даних, механізми міжнародної інформації мають системний характер. Вони поєднують технічні платформи, правові режими, інституційні повноваження та процедурні стандарти в єдину інфраструктуру, яка забезпечує сталість, передбачуваність і легітимність міжнародного обміну інформацією.

Саме через механізми міжнародна інформація перестає бути фрагментованим набором повідомлень і трансформується в структурований ресурс глобального управління, придатний для довгострокового аналізу, порівняння, прогнозування та стратегічного планування.

Механізми міжнародної інформації доцільно розглядати як систему, що складається з чотирьох взаємопов'язаних компонентів.

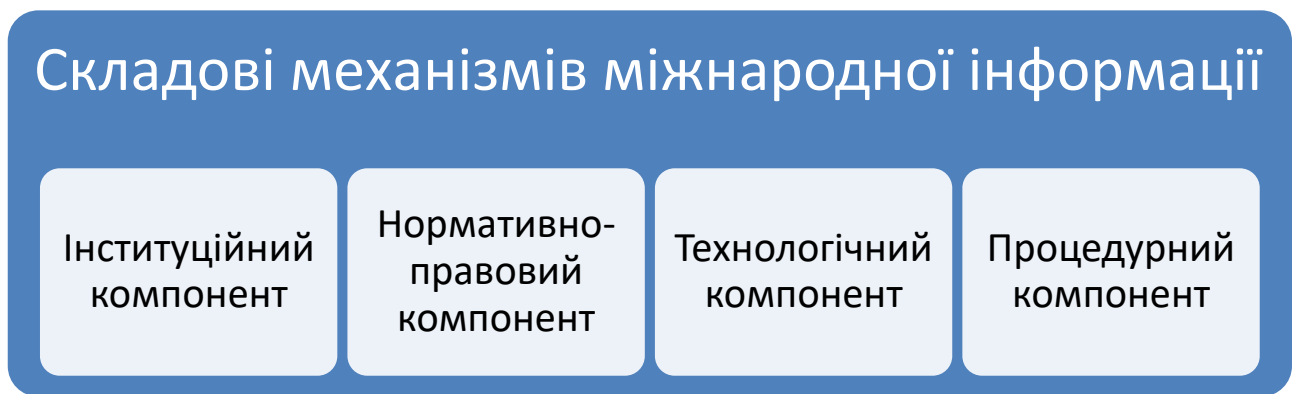


Рис. 10.1. Структурні складові механізмів міжнародної інформації

Інституційний компонент охоплює сукупність універсальних і регіональних міжнародних організацій, міжурядових структур, спеціалізованих агентств, аналітичних центрів і координаційних платформ, які здійснюють виробництво, накопичення, верифікацію та поширення міжнародної інформації. Саме інституції формують глобальні індикатори, бази даних і аналітичні звіти, що забезпечують порівнюваність і легітимність міжнародної інформації, а також підтримують стандарти свободи слова, журналістики та доступу до інформації.

Нормативно-правовий компонент включає міжнародні договори, конвенції, декларації, регуляторні режими та етичні стандарти управління даними (data ethics), що визначають правила створення, поширення й використання міжнародної інформації. Він охоплює питання доступу до інформації, захисту персональних даних, авторського права, цифрового суверенітету (data sovereignty) та відповідальності за інформаційні впливи. У міжнародних відносинах ці норми формують рамки допустимого інформаційного впливу та підґрунтя міждержавної відповідальності.

Технологічний компонент охоплює глобальні мережі зв'язку, цифрові платформи, хмарні сервіси, аналітичні інструменти та алгоритмічні системи і технології штучного інтелекту, що забезпечують матеріальну основу міжнародного інформаційного обміну. Водночас технологічна інфраструктура не є нейтральною: вона впливає на структуру інформаційних потоків, видимість подій і логіку поширення міжнародних наративів, що посилює роль механізмів

управління дезінформацією та маніпулятивними практиками.

Процедурний компонент включає сукупність формалізованих правил і практик, що регулюють порядок збирання, перевірки, інтерпретації та оприлюднення міжнародної інформації, зокрема в умовах криз і конфліктів. Процедурний механізм забезпечує довіру до міжнародної інформації, знижує ризики дезінформації, викривлень і помилкових уявлень (*misperceptions*) та створює умови для узгодженого використання інформаційних ресурсів різними міжнародними акторами.

У сукупності всі складові механізмів міжнародної інформації забезпечують реалізацію базових функцій глобального інформаційного середовища: інформаційної, комунікативної, регулятивної та формувальної (конструктивної).

Через свої механізми міжнародна інформація стає не лише ресурсом, а й інструментом влади, управління та глобальної координації, що має принципове значення для міжнародної політики, безпеки та глобального врядування.

Отже, поняття механізмів міжнародної інформації безпосередньо пов'язане з управлінням транскордонними потоками даних, цифровим суверенітетом, етичним та алгоритмічним врядуванням і протидією дезінформації. Механізми міжнародної інформації поєднують інституційні, нормативно-правові, технологічні та процедурні компоненти в єдину систему, що забезпечує системність, легітимність і керованість глобального інформаційного простору.

2. Основні механізми міжнародної інформації

Механізми міжнародної інформації забезпечують ефективний обмін інформацією на глобальному рівні, в умовах зростаючої складності транскордонних потоків даних, їхньої політичної значущості та когнітивного навантаження, на суб'єктів міжнародних відносин. Вони формують системне середовище, у межах якого інформація не лише циркулює, а й безпосередньо впливає на ухвалення політичних рішень, координацію програм міжнародної допомоги та формування глобальних наративів.

Якщо у попередньому пункті лекції механізми міжнародної інформації були розглянуті як система з чотирьох структурних компонентів, то далі доцільно проаналізувати їх як конкретні форми практичної реалізації цих компонентів у міжнародному середовищі. У цьому вимірі механізми постають не як елементи структури, а як функціональні різновиди діяльності, через які забезпечується циркуляція, регулювання та використання міжнародної інформації. Тобто перехід до розгляду механізмів міжнародної інформації в такому контексті дозволяє дослідити їх основні функціональні різновиди в межах заданої структури.

Інституційні механізми формують організаційні структури, що здійснюють збирання, обробку, аналіз і поширення міжнародної інформації. До них належать органи системи ООН, Світової організації торгівлі, Світового банку, а також міжурядові комісії та міжнародні аналітичні центри.

Наприклад, Світовий банк щорічно публікує глобальні економічні звіти, які використовуються державами під час планування макроекономічної політики, тоді як аналітичні підрозділи НАТО здійснюють оцінку інформаційних ризиків у кризових регіонах. У межах інституційних механізмів інформаційні дані трансформуються в основу для ухвалення управлінських і політичних рішень у межах багаторівневих систем глобального управління, зокрема у сферах даних, штучного інтелекту та цифрової безпеки.

Можна також виділити *дипломатично-інформаційні механізми*, міжнародної інформації, які ґрунтуються на офіційних міждержавних каналах комунікації та міжнародно-правових домовленостях. До них належать офіційні заяви урядів, дипломатичні ноти, комюніке, спільні декларації та протоколи переговорів. За допомогою цих механізмів держави узгоджують позиції під час двосторонніх і багатосторонніх переговорів, а також формують міжнародні стандарти взаємодії та спільні підходи до управління інформаційними потоками в межах глобального врядування.

Так, у процесі підготовки міжурядових угод щодо цифрового обміну даними Організація Об'єднаних Націй та Європейський Союз застосовують дипломатично-інформаційні канали, у межах яких офіційні документи, протоколи

та звіти забезпечують узгодженість міжнародних рішень. Завдяки таким каналам інформація набуває офіційного, стандартизованого та юридично значущого характеру, що зменшує ризик конфліктів, пов'язаних із неправильним тлумаченням даних.

Нормативно-правові механізми встановлюють правила створення, обміну, використання та захисту інформації на міжнародному й національному рівнях. Вони охоплюють міжнародні договори, конвенції, рекомендації міжнародних організацій, кодекси поведінки, а також національні закони у сфері інформаційної та цифрової безпеки.

Міжнародні стандарти ООН та інших організацій у сфері доступу до інформації, захисту персональних даних та інформаційної безпеки, а також сучасне українське законодавство щодо цифрової безпеки визначають умови обміну персональними й публічними даними, визначаючи межі відповідальності, контролю та суверенітету держав і організацій над інформаційними ресурсами. Завдяки таким нормам міжнародна інформація набуває захищеного, передбачуваного та легітимного характеру.

В Україні правове регулювання інформаційних відносин здійснюється, зокрема, через Закон України «Про інформацію», який визначає загальні принципи доступу до інформації, обмеження прав на інформацію, порядок її обігу та захисту, включаючи механізми доступу й обміну даними між державними органами, юридичними особами та громадянами. Ці норми створюють нормативну основу для функціонування інформаційних процесів на національному рівні та є важливими для розуміння того, яким чином держава забезпечує впорядковану взаємодію в інформаційній сфері, у тому числі в контексті міжнародного обміну даними. Таким чином, нормативна база підкреслює, що механізми міжнародної інформації виступають інструментом державної політики та глобальної координації.

Технологічно-цифрові механізми охоплюють глобальні мережі зв'язку, супутникові системи, цифрові платформи, інформаційні бази даних та аналітичні інструменти. Вони забезпечують оперативну передачу, обробку та інтеграцію

інформації в міжнародних процесах, водночас створюючи нові виклики для глобального регулювання, етики даних і безпеки цифрових інфраструктур.

Зокрема, системи супутникового моніторингу використовуються ООН для відстеження гуманітарних криз і природних катастроф, тоді як цифрові платформи міжнародних агентств дозволяють координувати аналітичні звіти між державами в режимі реального часу. У результаті інформація стає оперативною, інтегрованою та доступною для прийняття рішень.

Процедурно-організаційні механізми регламентують порядок збору, перевірки, публікації та обміну інформацією. Вони включають стандарти верифікації даних, уніфіковані формати звітності, протоколи акредитації, а також алгоритми реагування на інформаційні загрози. Крім того, ці механізми передбачають координацію між структурними підрозділами міжнародних організацій, визначення відповідальних суб'єктів, часові рамки подання інформації та процедури узгодження позицій. Вони забезпечують інституційну дисципліну інформаційних процесів, підвищують прозорість прийняття рішень і мінімізують ризики хаотичного або несинхронізованого поширення даних.

Під час міжнародних конференцій ООН застосовуються формалізовані процедури підготовки та публікації узгоджених звітів і декларацій, що забезпечує прозорість інформаційних процесів і запобігає плутанині в міжнародних інформаційних потоках.

Media- та комунікаційні механізми реалізуються через міжнародні засоби масової інформації та транснаціональні інформаційні агентства (Reuters, Associated Press, BBC та ін.). Вони формують глобальний інформаційний порядок денний, впливаючи на свободу вираження поглядів, інформаційну безпеку та процеси миробудування в умовах міжнародних криз, визначають пріоритетність міжнародних подій і забезпечують комунікацію між державами, міжнародними організаціями та світовою громадськістю.

У період глобальних гуманітарних криз міжнародні медіа не лише інформують про події, а й впливають на ухвалення рішень щодо мобілізації ресурсів та координації міжнародної допомоги.

Експертно-аналітичні механізми забезпечують перетворення зібраної інформації на прогнозне та прикладне знання. Аналітичні центри, дослідницькі установи та експертні групи формують рекомендації для політичних рішень на основі принципів етичного управління даними, оцінки ризиків та міждержавної відповідальності, розробляють довгострокові стратегії.

Зокрема, експертні оцінки впливу міжнародних санкцій на економіки окремих держав дозволяють урядам коригувати політики та ухвалювати обґрунтовані управлінські рішення.

Основні механізми міжнародної інформації є формами практичної реалізації структурних складових інформаційної сфери, що забезпечують стабільний, передбачуваний і значущий обмін інформацією в міжнародному середовищі. Вони охоплюють дипломатично-інформаційні, інституційні, нормативно-правові, технологічно-цифрові, процедурно-організаційні, медійні та експертно-аналітичні елементи, які дозволяють державам і міжнародним організаціям ефективно координувати дії, формувати політики та реагувати на глобальні виклики сучасності, пов'язані з транскордонними потоками даних, цифровим суверенітетом, етикою інформації та глобальним управлінням технологіями.

Наведений перелік механізмів відображає багатоманітність форм реалізації базових складових системи, відображених на мал. 10.1. Як бачимо, дипломатично-інформаційні та медійні механізми є функціональними проявами інституційного компонента; нормативно-правові механізми безпосередньо відображають однойменний структурний компонент; технологічно-цифрові механізми конкретизують технологічну основу системи; процедурно-організаційні механізми деталізують процедурний компонент; аналітичні механізми інтегрують інституційні, технологічні та процедурні ресурси в єдиний цикл вироблення рішень.

3. Роль механізмів міжнародної інформації у світовій політиці

Механізми міжнародної інформації відіграють центральну роль у сучасній світовій політиці, оскільки забезпечують виробництво, передачу, інтерпретацію та

політичний вплив інформації на глобальному рівні. Їхнє значення є багатовимірним і охоплює як комунікацію між державами та міжнародними організаціями, так і формування наративів, що впливають на ухвалення політичних рішень, громадську думку та багатостороннє співробітництво.

У сучасних міжнародних відносинах інформація виходить за межі простого обміну повідомленнями та перетворюється на стратегічний ресурс. Механізми міжнародної інформації інтегрують технічні, правові та комунікативні інструменти для досягнення політичних цілей, стаючи важливим елементом зовнішньої політики та глобального управління.

Однією з ключових функцій механізмів міжнародної інформації є забезпечення *інформаційної підтримки процесів ухвалення політичних і дипломатичних рішень*. Вони надають державним інституціям і дипломатичним представництвам доступ до оперативної, перевіреної та аналітично опрацьованої інформації у сферах безпеки, економіки та міжнародних відносин.

Через інституційні та технологічні механізми, зокрема глобальні інформаційні ресурси й аналітичні платформи, уряди отримують дані про політичні події, економічні тенденції та кризові ситуації, що дозволяє координувати зовнішню політику в умовах зростаючої міжнародної складності. Водночас розвиток соціальних медіа та алгоритмічних систем змінює характер дипломатичної комунікації та сприйняття міжнародних подій, спонукаючи держави адаптувати свої комунікаційні та стратегічні підходи.

Важливою складовою світової політики є *формування міжнародних наративів*, у чому провідну роль відіграють медіа- та комунікаційні механізми міжнародної інформації. Через глобальні інформаційні мережі відбувається не лише інформування міжнародної аудиторії, а й конструювання уявлень про події, акторів та політичні процеси.

Так званий «ефект Аль Джазіри» (Al Jazeera) ілюструє, як поява нових глобальних медіа здатна змінювати усталені інформаційні монополії, розширювати доступ до альтернативних поглядів та стимулювати політичну активність у регіональному й глобальному вимірах. Сформовані таким чином

наративи впливають на визначення міжнародних пріоритетів, порядок денний глобальних дискусій та зовнішньополітичні стратегії держав.

У сучасних конфліктах *цифрові механізми міжнародної інформації* набувають особливого значення. Інформаційні системи та платформи використовуються для впливу на поведінку політичних опонентів, міжнародну громадську думку та внутрішньополітичні процеси інших держав.

Дослідження свідчать, що інформаційні операції в соціальних мережах, пов'язані з урядовими або політичними структурами, можуть впливати на перебіг політичних дискусій, підтримувати або підривати демократичні процеси, а також позначатися на результатах виборів і зовнішньополітичних рішеннях. Таким чином, механізми міжнародної інформації стають важливим чинником сучасних міжнародних конфліктів.

Поряд із конфліктним потенціалом механізми міжнародної інформації виконують конструктивну функцію, *сприяючи міжнародній співпраці* у відповідь на глобальні виклики, зокрема зміну клімату, пандемії, гуманітарні кризи та загрози кібербезпеці. Вони забезпечують обмін даними в режимі реального часу, координацію політик і формування колективних механізмів реагування.

Зокрема, спільні інформаційні ініціативи міжнародних організацій, спрямовані на протидію дезінформації або обмін статистичними даними під час глобальних криз, підвищують ефективність міжнародної координації та сприяють узгодженості дій держав.

Водночас використання механізмів міжнародної інформації супроводжується значними *ризиками поширення маніпуляцій, дезінформації, пропаганди та розгортання інформаційних війн*, що створює серйозні виклики для міжнародної безпеки, довіри між державами та стабільності міжнародних відносин.

Алгоритмічне поширення недостовірної інформації в глобальному медіапросторі може ускладнювати міжнародну співпрацю, посилювати конфлікти та фрагментацію суспільств. Це актуалізує етичні питання відповідальності

держав, медіа та цифрових платформ за функціонування міжнародного інформаційного простору.

Отже, роль механізмів міжнародної інформації у світовій політиці полягає не лише в інформаційному забезпеченні комунікації між державами, а й у формуванні політичних наративів, підтримці ухвалення рішень, реагуванні на глобальні виклики та впливі на перебіг міжнародних конфліктів. Вони є невід'ємним інструментом сучасної дипломатії, зовнішньої політики та міжнародного співробітництва, водночас породжуючи нові етичні й безпекові виклики.

ЛЕКЦІЯ 11. Тема 11. Стратегічні комунікації як системоутворюювальний елемент сучасного інформаційного простору

Основні питання:

1. Концептуальні основи стратегічних комунікацій.
2. Стратегічні комунікації в міжнародних відносинах.
3. Принципи здійснення стратегічних комунікацій в сучасному інформаційному просторі.

Завдання на СРС:

Як концепція інформаційного середовища (фізичний, віртуальний і когнітивний виміри) впливає на планування та реалізацію стратегічних комунікацій?

Як стратегічний наратив структурує сприйняття міжнародних подій і чому він є центральним елементом стратегічних комунікацій?

Як принцип синхронізації «слів і діл» визначає ефективність стратегічних комунікацій у міжнародних відносинах?

Як різні моделі стратегічних комунікацій (НАТО, США, ЄС, КНР, Україна) відображають особливості зовнішньополітичних пріоритетів держав і організацій?

Як принципи стратегічних комунікацій (правдивість, інтегрованість, орієнтація на результат, проактивність) можуть бути застосовані для протидії дезінформації та гібридним загрозам?

Література:

основна – 11, 20, 34, 49; додаткова – 83, 120.

Конспект лекції

1. Концептуальні основи стратегічних комунікацій

Концептуальні основи стратегічних комунікацій (СтратКом) ґрунтуються на розумінні їх як функції командної групи, відповідальної за комплексне осмислення інформаційного середовища та цілеспрямоване використання всіх комунікаційних засобів. До таких засобів належать не лише слова та офіційні

повідомлення, а й дії, символи, образи та управлінські рішення, які мають комунікативний ефект. У сукупності вони застосовуються для впливу на сприйняття, ставлення та поведінку цільових аудиторій.

Відповідно до доктринальних документів НАТО, стратегічні комунікації слід розглядати не як окремий вид діяльності, а як цілісний, безперервний і інтегрований процес, спрямований на узгодження комунікативних спроможностей для досягнення стратегічних цілей. Такий підхід підкреслює управлінський характер СтратКом та їхній тісний зв'язок із процесами планування й ухвалення рішень.

Інформаційне середовище є базовою категорією СтратКому, адже реалізація стратегічних комунікацій відбувається в межах інформаційного середовища – глобального простору, у якому люди, організації та технічні системи створюють, обробляють, передають і сприймають інформацію. Розуміння структури та динаміки цього середовища є передумовою ефективного комунікаційного впливу.

Згідно з тривимірною моделлю НАТО, інформаційне середовище складається з таких взаємопов'язаних вимірів:

- фізичного виміру, що охоплює матеріальну інфраструктуру (засоби зв'язку, медіаплатформи, технічні об'єкти);
- віртуального виміру, який включає процеси зберігання, обробки та передачі інформації, зокрема в цифровому просторі;
- когнітивного виміру, де відбувається інтерпретація інформації, формування переконань, ціннісних орієнтацій і рішень.

Особливе значення для стратегічних комунікацій має когнітивний вимір, оскільки саме в ньому формується воля до дії, політичні установки та поведінкові моделі аудиторій. У цьому сенсі СтратКом спрямовані не лише на поширення інформації, а насамперед на управління смислами.

Центральним, смисловим ядром стратегічних комунікацій є стратегічний наратив, який виступає переконливою, узгодженою смисловою рамкою, що пояснює причини подій, легітимізує політичні рішення та формує

бачення бажаного майбутнього. Наратив – це не просто повідомлення (меседж), а спосіб структурування реальності, що надає фактам значення через логічну послідовність.

У міжнародній політиці перемагає той актор, чия історія впевненіше опановує свідомість аудиторії. Ефективний наратив повинен бути правдивим, послідовним та резонувати з культурними кодами аудиторії.

Фахівці виділяють три рівні наративів:

- Системні наративи: описують структуру світу та принципи його функціонування.
- Національні наративи: представляють історію держави, її цінності та стратегічні орієнтири.
- Наративи проблем: обґрунтовують конкретні політичні рішення чи військові операції.

У доктринальній ієрархії НАТО виділяють наступні види наративів:

- інституційні наративи, пов'язані з ідентичністю, цінностями та місією організації;
- стратегічні наративи, які відображають цілі конкретних політик, операцій або кампаній;
- мікронаративи, що застосовуються у ситуативних або тактичних комунікаціях.

Наративи забезпечують узгодженість повідомлень і дій, сприяють стабільності сприйняття та виступають ключовим інструментом довгострокового впливу.

Одним із фундаментальних принципів стратегічних комунікацій є **синхронізація слів і дій**. Вона ґрунтується на визнанні того, що будь-яка дія – зокрема військовий маневр, політичне рішення або управлінський крок – має комунікативний ефект. Відсутність розриву між задекларованими намірами та реальними вчинками розглядається як ключова умова збереження довіри з боку

цільових аудиторій. У довгостроковій перспективі саме послідовність дій і комунікацій визначає ефективність стратегічних комунікацій.

Реалізація СтратКом ґрунтується на таких *принципах*:

- Кваліфіковане лідерство – стратегічні комунікації мають бути інтегровані в діяльність керівників і командирів на всіх рівнях.
- Правдивість і надійність – опора на факти та відмова від маніпуляцій є умовою довгострокової ефективності.
- Орієнтація на результат (behavior-centric approach) – метою є досягнення вимірюваних змін у ставленні та поведінці аудиторій.
- Інтегрованість – координація між публічною дипломатією, зв'язками з громадськістю (Public Affairs), інформаційними та психологічними операціями (Info Ops, PsyOps).

У науковій літературі стратегічні комунікації розглядаються як універсальна управлінська функція, що застосовується не лише у військовій, а й у цивільній сфері державного управління, діяльності міжнародних організацій та публічної політики.

У цивільному контексті СтратКом виконують інтегративну та стабілізаційну функції, забезпечуючи узгодженість між політичними рішеннями, управлінськими практиками та публічним сприйняттям. Особливе значення надається прозорості, підзвітності та дотриманню демократичних стандартів, що відрізняє цивільні стратегічні комунікації від суто військових інформаційних практик.

Таким чином, стратегічні комунікації постають як міждисциплінарна категорія, що поєднує безпековий, політичний, управлінський і соціальний виміри.

Система стратегічних комунікацій в Україні

Україна однією з перших держав інституціоналізувала стратегічні комунікації на нормативному рівні. Становлення поняття СтратКом було

закріплено у Воєнній доктрині України (2015 р.), Доктрині інформаційної безпеки (2017 р.), Стратегічному оборонному бюлетені (2021 р) тощо. Розвиток національної системи стратегічних комунікацій відбувається у тісній співпраці з НАТО, зокрема у рамках Дорожньої карти Партнерства 2015 року.

У Міністерстві оборони України стратегічні комунікації розглядаються як інструмент захисту національних інтересів, підтримки бойового духу та формування позитивного іміджу Збройних Сил України. Важливою складовою цієї системи є постійний моніторинг інформаційного простору з метою виявлення та нейтралізації гібридних загроз, дезінформаційних кампаній і ворожих інформаційно-психологічних операцій.

Стратегічні комунікації є системним і багатовимірним інструментом сучасної політики та безпеки. Їхні концептуальні основи полягають в інтеграції дій, слів і образів у межах інформаційного середовища з метою досягнення стратегічних цілей. Поєднання доктринальних підходів НАТО з науковим осмисленням і національним досвідом України дозволяє розглядати СтратКом як ключовий елемент сучасного державного управління та міжнародної взаємодії.

2. Стратегічні комунікації в міжнародних відносинах

У сучасних міжнародних відносинах комунікація перетворилася на один із ключових інструментів реалізації зовнішньої політики та міжнародної безпеки. Глобалізація, цифровізація та зростання ролі інформаційного простору зумовили перехід від епізодичних дипломатичних повідомлень до системного управління смислами, наративами та сприйняттям дій міжнародних акторів.

Стратегічні комунікації (СтратКом) у міжнародних відносинах визначаються як інноваційний інструментарій, спрямований на забезпечення взаємодії та формування тривалих зв'язків між урядами, міжнародними акторами та дипломатичними установами. У широкому сенсі стратегічні комунікації – це наука та практика планування і використання комунікації для досягнення конкретних стратегічних цілей держави чи організації.

Стратегічні комунікації в міжнародних відносинах не слід ототожнювати з публічною дипломатією, зв'язками з громадськістю або окремими інформаційними кампаніями. На відміну від цих форм, СтратКом охоплюють скоординоване використання політичних рішень, дипломатичних дій, військової активності та комунікативних повідомлень у межах єдиної стратегії впливу.

У межах теорії міжнародних відносин стратегічні комунікації можуть розглядатися як міжпарадигмальний інструмент. Реалізм акцентує їх роль у боротьбі за вплив, лібералізм – у координації через інститути та норми, конструктивізм – у формуванні ідентичностей і наративів.

Сучасна парадигма міжнародної взаємодії вимагає від акторів не просто передачі даних, а цілеспрямованого впливу на сприйняття, ставлення та поведінку аудиторій для підтримки національних інтересів. СтратКом виступає як засіб структуризації міжнародних відносин, перетворюючи їх на складну мережу ієрархічних зв'язків між державами, ТНК та громадськими рухами. Це особливо актуально в умовах «медіа-демократії», де доступність глобальної інфоінфраструктури дозволяє здійснювати інтенсивний інформаційно-політичний вплив незалежно від географічних кордонів.

Зміна світових парадигм призвела до перегляду чинників здійснення зовнішньої політики. В умовах глобалізації комунікативний інструментарій став чинником зміни традиційних підходів, зменшуючи роль держав як монопольних управителів світовими процесами та посилюючи роль міжнародної комунікації у вирішенні глобальних проблем.

Сучасна міжнародна комунікація виражається різними формами взаємодії, що залежать від структури влади та рівня технічного розвитку суспільства. Виникнення всесвітнього інформаційного простору спричиняє тиск на зовнішню політику держав з боку громадськості, що супроводжується зростанням популізму та впливом соціальних мереж на політичну свідомість. Це змушує міжнародних акторів бути проактивними: будь-яка відсутність офіційної комунікації миттєво заповнюється повідомленнями супротивника.

Доктринальні підходи НАТО: «Все комунікує»

Для НАТО СтратКом став невід’ємною частиною зусиль для досягнення політичних та військових цілей. Альянс визнає, що «війни починаються в умах людей», тому успіх операцій залежить від формування правильних сприйняття. Згідно з доктриною AJP-10, СтратКом – це функція командної групи, відповідальна за використання всіх засобів (дій, образів, слів) для впливу на аудиторію.

Ключовим принципом НАТО є синхронізація «слів та діл». Кожна військова дія (маневр чи застосування сили) має комунікативний ефект і повинна відповідати обраному наративу для збереження довіри. Довіра розглядається як стратегічний актив, тому дезінформація з боку НАТО вважається неприпустимою.

Система СтратКом НАТО інтегрує чотири основні комунікаційні можливості:

- Публічна дипломатія: формування обізнаності та підтримки серед цивільного населення.
- Зв’язки з громадськістю (Public Affairs): взаємодія з медіа та надання правдивої інформації.
- Інформаційні операції (Info Ops): координація військових заходів у інформаційному середовищі.

Психологічні операції (PsyOps): вплив на ставлення та поведінку цільових груп. Важливим є чітке розмежування ролей: наприклад, персонал зв’язків з громадськістю та фахівці з інформаційних операцій не повинні перетинатися під час виконання завдань для уникнення конфлікту інтересів.

Моделі СтратКом США, Китаю та Європейського Союзу

США розглядають СтратКом як національний ресурс управління дипломатією, інформацією та збройними силами. Американська модель еволюціонувала від «м’якої сили» (soft power) до використання «гострої сили» (sharp power), що передбачає активну протидію маніпуляціям авторитарних

режимів. Головна мета США – синхронізація урядових повідомлень для просування демократичних цінностей у світі.

Китай (КНР) системно координує діяльність державних органів для захисту національного інфопростору та активного впливу за кордоном. КНР інвестує мільярди доларів у іномовні ЗМІ та культурні проекти (як-от інститути Конфуція), прагнучи забезпечити глобальне лідерство в інформаційну епоху.

ЄС зосереджує СтратКом на зовнішній та безпековій політиці. Після подій 2014 року було створено спеціальні групи, зокрема East StratCom Task Force, для боротьби з російською дезінформацією та просування позитивних наративів про реформи в країнах Східного партнерства.

Пріоритетом ЄС є «кліматична дипломатія», де СтратКом використовується для формування глобальної солідарності навколо Паризької угоди. ЄС використовує СтратКом для подолання «інформаційних прогалин» та підвищення обізнаності громадськості про гібридні загрози, що є основою соціальної стабільності.

Система стратегічних комунікацій в Україні

Україна стала однією з перших країн, яка закріпила СтратКом у законодавстві. Розвиток системи відбувається у тісній співпраці з НАТО на основі Дорожньої карти Партнерства 2015 року.

Головні завдання СтратКом України включають:

- Формування довіри до Збройних Сил та реформ;
- Протидію російській дезінформації та викриття її маніпулятивних механізмів;
- Просування українського наративу («Україна – форпост свободи») на міжнародній арені. Війна перетворила інформаційне середовище України на повноцінний театр бойових дій, де СтратКом забезпечує національну стійкість.
- Протидія дезінформації та гібридним загрозам.

Сучасні конфлікти характеризуються використанням дезінформації як зброї для дестабілізації суспільств. Підхід НАТО до протидії таким загрозам базується на чотирьох функціях: розуміння середовища, запобігання впливу, стримування інцидентів та вивчення уроків.

Ефективна контрстратегія передбачає не лише спростування фейків, а й створення власних потужних наративів, які «перекривають» ворожу брехню. Важливим інструментом є OSINT (розвідка за відкритими джерелами), що дозволяє громадянському суспільству та державним органам оперативно верифікувати факти та викривати приховані операції впливу.

Розвиток штучного інтелекту (ШІ) та дипфейків створює нові виклики, посилюючи ворожі операції впливу та підриваючи довіру до офіційних джерел. Надмірна інструменталізація стратегічних комунікацій може призводити до маніпуляцій, мілітаризації інформаційного простору та зниження довіри до міжнародних інститутів, що потребує дотримання етичних стандартів і норм міжнародного права. Тим не менше, майбутнє СтратКом, як і багатьох інших сфер діяльності, пов'язано із цифровими трансформаціями, зокрема в контексті автоматизації моніторингу інформаційних потоків та використанні ШІ для аналізу настроїв аудиторії.

Отже, стратегічні комунікації в міжнародних відносинах є багатовимірним інструментом, який поєднує політичні, безпекові та інформаційні компоненти й відіграє ключову роль у формуванні сучасної міжнародної взаємодії. Кінцевою метою СтратКом у міжнародних відносинах є побудова національної та міжнародної стійкості (резіліентності). Це вимагає безперервного навчання фахівців, міжвідомчої координації та здатності акторів діяти в умовах «постправди», де емоції та переконання часто важать більше за факти.

3. Принципи здійснення стратегічних комунікацій в сучасному інформаційному просторі

Здійснення СтратКом у сучасному інформаційному просторі базується на низці фундаментальних принципів, які забезпечують узгодженість дій, слів та

образів держави чи організації для впливу на сприйняття та поведінку аудиторій. Згідно з доктриною НАТО AJP-10 та українськими нормативними документами, ці принципи є комплексними та однаково застосовуються як до кінетичних (бойових), так і до некінетичних дій.

Фундаментальні принципи ефективних стратегічних комунікацій, які є наріжними каменями діяльності Альянсу, наведені на рисунку 11.1.

Заснованість на цінностях (Values-based):	уся комунікаційна діяльність повинна ґрунтуватися на фундаментальних цінностях організації.
Цілеорієнтованість (Objective-driven):	діяльність визначається конкретними політичними та військовими цілями, які мають бути вимірними для подальшої оцінки.
Надійність та правдивість (Credible):	довіра та достовірність є стратегічними активами, які необхідно захищати. Комунікації мають базуватися на фактах, оскільки обман підриває авторитет суб'єкта.
Узгодженість (Aligned):	забезпечення єдності «дій, образів та слів». Кожна дія (або бездіяльність) несе в собі повідомлення, тому розрив між деклараціями та реальними вчинками є неприпустимим.
Поінформованість (Informed):	глибоке розуміння інформаційного середовища та аудиторій є обов'язковою умовою планування.
інтегрованість (Integrated):	комунікація є колективним результатом зусиль усіх підрозділів, а не лише спеціалізованих служб. Вона має бути інтегрована в процес планування операцій з найраніших етапів.
Уповноваженість (Empowered):	комунікаційна функція має бути делегована та підтримувана на всіх рівнях командування.
Сфокусованість (Focused):	зосередженість на конкретних бажаних ефектах у когнітивному вимірі (зміна чи підкріплення ставлення та поведінки).

Рис. 11.1. Основні принципи ефективних стратегічних комунікацій НАТО (згідно з AJP-10)

В **секторі безпеки та оборони України** визначено додаткові специфічні принципи, якими керуються Міністерства оборони та Збройні Сили України. Мова йде про **законність та демократичність** (здійснення діяльності у межах

правового поля та демократичного цивільного контролю); *оптимальне поєднання інтересів*, зокрема балансування потреб Збройних Сил та очікувань суспільства; *науковість та системний підхід*, що втілюється у використанні перевірених методологій аналізу інформаційного простору та оцінки аудиторій; та *проактивність* як здатність не лише реагувати на дії ворога, а самостійно формувати порядок денний, діючи на випередження.

У сучасному протиборстві до СтратКом *адаптують класичні принципи воєнного мистецтва*:

- *масовість*: концентрація всіх комунікаційних засобів у вирішальний момент для впливу на сприйняття.
- *наступ*: формування власного інформаційного середовища замість простого реагування на закиди ворога.
- *раптовість*: використання неочікуваних для опонента наративів та дій для залучення підтримки.
- *єдність управління*: підпорядкованість комунікаційного процесу одному керівнику (командиру), який несе відповідальність за «один голос» інституції.

Також можна говорити про *технологічні та процесуальні засади стратегічних комунікацій*. До їх числа відносять:

- *безперервність*, адже СтратКом – це не одноразова акція, а постійний цикл досліджень, планування, виконання та оцінки;
- *аналіз цільових аудиторій*, що передбачає глибоке вивчення психологічних, культурних та поведінкових особливостей груп, на які спрямований вплив;
- *наративний підхід* як використання переконливої «історії» (власне, наративу) для впорядкування фактів і надання їм зрозумілого для аудиторії смислу.

Ефективне здійснення стратегічних комунікацій у сучасному динамічному середовищі можливе лише за умови синхронізації інформаційного інструменту влади з політичними, економічними та військовими діями держави.

Таким чином, принципи здійснення стратегічних комунікацій у сучасному інформаційному просторі становлять цілісну систему доктринальних, національних та процесуальних орієнтирів, що забезпечують узгодженість дій, слів і образів суб'єкта впливу. Їх дотримання дозволяє перетворювати комунікацію на інструмент досягнення стратегічних цілей, підтримки довіри аудиторій та формування стійкості держави в умовах динамічного й конфліктного інформаційного середовища.

ЛЕКЦІЯ 12. Тема 12. Цифрова дипломатія як інструмент формування зовнішньополітичних рішень та міжнародних інформаційних стратегій держав

Основні питання:

1. Теоретичні засади цифрової дипломатії.
2. Цифрові інструменти держав у конкурентному глобальному середовищі.
3. Вплив цифрової дипломатії на міжнародну безпеку та формування стратегічних наративів.

Завдання на СРС:

Як цифрова дипломатія змінює традиційні форми дипломатичної взаємодії між державами?

Як концепції «м'якої сили» та «розумної сили» проявляються у практиці цифрової дипломатії?

Як соціальні мережі та офіційні цифрові платформи використовуються державами для формування міжнародного іміджу?

Як цифрові інструменти допомагають державам протидіяти дезінформації та інформаційним загрозам у міжнародному середовищі?

Як цифрова дипломатія впливає на формування стратегічних наративів та міжнародної підтримки держави в умовах криз?

Література:

основна – 48; додаткова – 64, 75, 97, 108, 136, 146, 156, 158, 159, 168, 177.

Конспект лекції

1. Теоретичні засади цифрової дипломатії

Цифрова дипломатія – це сучасна форма дипломатичної практики, що ґрунтується на системному використанні інформаційно-комунікаційних технологій (ІКТ) з метою реалізації зовнішньополітичних завдань держави. Вона охоплює застосування соціальних мереж, офіційних веб-платформ, цифрових комунікаційних сервісів і аналітичних інструментів для взаємодії з іноземними

урядами, міжнародними організаціями та широкою громадськістю. На відміну від традиційної дипломатії, цифрова дипломатія передбачає відкритість, інтерактивність і високу швидкість поширення інформації.

У науковому дискурсі поряд із терміном «цифрова дипломатія» використовуються споріднені поняття: «е-дипломатія», «віртуальна дипломатія», «мережева дипломатія», а також «Twitter-дипломатія», що акцентує увагу на ролі соціальних мереж як інструментів політичної комунікації. Усі ці підходи відображають трансформацію дипломатії в умовах цифрового середовища.

Історично цифрова дипломатія еволюціонувала від використання електронної пошти й веб-сайтів як допоміжних інструментів до інституціоналізованої діяльності в межах зовнішньополітичних відомств. Сьогодні багато міністерств закордонних справ мають окремі підрозділи, відповідальні за цифрові комунікації, аналітику онлайн-середовища та стратегічний міжнародний брендинг. Наприклад, під час пандемії COVID-19 дипломатичні установи активно застосовували соціальні мережі для оперативного інформування іноземців про обмеження на поїздки та правила евакуації, що підкріплює тренд на зростання частки цифрових каналів в комунікації у дипломатичній діяльності.

Цифрова дипломатія ґрунтується на ***поєднанні класичних теорій міжнародних відносин і сучасних комунікаційних концепцій***.

Однією з фундаментальних є концепція «м'якої сили» (*soft power*), що передбачає здатність держави досягати бажаних результатів через привабливість своїх цінностей, культури та політики. Цифрові платформи значно розширюють можливості застосування м'якої сили, дозволяючи державам напряду звертатися до глобальної аудиторії, формувати позитивний образ країни та підтримувати довготривалі комунікаційні зв'язки. Так, через офіційні сторінки дипломатичних представництв просуваються культурні програми, освітні можливості та міжнародні ініціативи.

Тісно пов'язаною є концепція «розумної сили» (*smart power*), яка передбачає збалансоване поєднання м'яких та жорстких інструментів впливу. У цьому

контексті цифрова дипломатія виступає як гнучкий механізм, що поєднує інформаційні кампанії, аналітичну підтримку та стратегічні комунікації для досягнення зовнішньополітичних інтересів.

Значно, вплив на становлення цифрової дипломатії мають також *теорії комунікацій і публічної дипломатії*, відповідно до яких ефективна взаємодія з іноземними аудиторіями передбачає діалоговий, а не односторонній характер комунікації. Соціальні мережі створюють умови для безпосереднього обміну думками, оперативного реагування на кризи та формування довіри. Наприклад, міністерства закордонних справ країн-членів Європейського Союзу дедалі частіше використовують цифрові платформи для консультацій з експертним середовищем і громадськістю щодо міжнародних ініціатив, що посилює відкритість і легітимність зовнішньополітичних дій.

Роль цифрової дипломатії у формування зовнішньополітичних рішень та міжнародних інформаційних стратегіях

Важливим виміром цифрової дипломатії є її роль у процесі підготовки та ухвалення зовнішньополітичних рішень. Завдяки інструментам моніторингу соціальних мереж, аналізу інформаційних потоків і використанню великих даних формується напрям «дипломатії даних» (data diplomacy), що забезпечує глибше розуміння глобальних тенденцій та суспільних настроїв.

Аналітика цифрового середовища дозволяє дипломатичним службам виявляти ризики, прогнозувати реакції іноземних аудиторій і коригувати комунікаційні стратегії. У практиці це проявляється, зокрема, у використанні спеціалізованих інформаційних панелей для відстеження реакції міжнародної спільноти на заяви державних лідерів або на кризові події.

Окрім зовнішнього виміру, цифрова дипломатія сприяє внутрішньовідомчій координації, забезпечуючи обмін інформацією між міністерствами, аналітичними центрами та дипломатичними представництвами через захищені канали зв'язку. Це дає змогу швидше формувати узгоджену позицію держави та підвищувати якість стратегічного планування.

Цифрова дипломатія стала ключовим компонентом сучасних міжнародних інформаційних стратегій держав. Одним із центральних напрямів є формування міжнародного іміджу та національного брендингу. Через цифрові кампанії країни просувають свої економічні, культурні й політичні переваги, прагнучи посилити привабливість для інвесторів, туристів і партнерів. Дослідження з проблематики національного брендингу демонструють, що активна цифрова присутність здатна суттєво впливати на міжнародне сприйняття держави та її інвестиційну привабливість.

Не менш важливою є функція протидії дезінформації та інформаційним загрозам. У сучасних умовах дипломатичні служби дедалі частіше залучені до оперативного спростування фейкових повідомлень, роз'яснення офіційних позицій та захисту національного інформаційного простору через соціальні платформи та офіційні цифрові ресурси.

Цифрова дипломатія також активно використовується для мобілізації міжнародної підтримки. Яскравим прикладом є цифрові комунікаційні кампанії України під час повномасштабної війни, спрямовані на інформування світової спільноти, координацію гуманітарної допомоги та залучення політичної підтримки.

Важливим аспектом є і діалогова функція цифрової дипломатії, що передбачає постійну взаємодію з іноземними громадянами, експертами й неурядовими організаціями. Такий підхід сприяє формуванню мережевої моделі дипломатії, у межах якої держава виступає не лише джерелом інформації, а й активним учасником глобального публічного дискурсу.

Незважаючи на значний потенціал, цифрова дипломатія стикається з низкою серйозних викликів. Перш за все, це проблеми кібербезпеки, пов'язані з ризиком кібератак, витоку конфіденційної інформації та маніпуляцій у цифровому просторі. Другим суттєвим обмеженням є цифровий розрив, що проявляється в нерівному доступі до технологій у різних регіонах світу. Третім викликом виступає потреба у правовому та етичному регулюванні цифрової

дипломатії, зокрема щодо питань захисту персональних даних і меж державного впливу в онлайн-середовищі.

Перспективи розвитку цифрової дипломатії пов'язані з інтеграцією інноваційних технологій, зокрема штучного інтелекту, автоматизованої аналітики та платформ стратегічних комунікацій, що дозволяє підвищувати точність прогнозування і ефективність міжнародної взаємодії.

Отже, цифрова дипломатія є важливим елементом сучасної системи міжнародних відносин, який відображає трансформацію дипломатичної практики під впливом цифрових технологій. Вона ґрунтується на концепціях м'якої та розумної сили, розширює інструментарій публічної дипломатії та посилює роль даних у процесі ухвалення зовнішньополітичних рішень. Завдяки цифровим платформам держави отримують можливість оперативно формувати міжнародний імідж, протидіяти дезінформації та мобілізувати міжнародну підтримку. Водночас подальший розвиток цифрової дипломатії потребує посилення кібербезпеки, подолання цифрового розриву та вироблення узгоджених правових і етичних норм її застосування.

2. Цифрові інструменти держав у конкурентному глобальному середовищі

У сучасних міжнародних відносинах цифрові інструменти держав визначаються як сукупність технологічних засобів, онлайн-платформ, інформаційних систем і мережевих сервісів, що використовуються для реалізації зовнішньої політики, стратегічних комунікацій, формування міжнародного іміджу та захисту національних інтересів. Вони становлять функціональну основу цифрової дипломатії, забезпечуючи швидке поширення інформації, прямий доступ до глобальних аудиторій та інтерактивну взаємодію з ними.

На відміну від теоретичного аналізу цифрової дипломатії, здійсненого в попередньому підрозділі, далі увага зосереджується на практичних цифрових інструментах держав та особливостях їх застосування у конкурентному глобальному середовищі.

Конкурентне глобальне середовище характеризується боротьбою держав за вплив на міжнародний порядок денний, інформаційні потоки, довіру іноземних суспільств і легітимність власних політичних наративів. У таких умовах цифрові інструменти перетворюються на стратегічний ресурс, який дозволяє не лише інформувати, а й активно конструювати сприйняття держави у світовому просторі.

Еволюція дипломатії під впливом цифровізації відбувається як перехід від ієрархічної та закритої «дипломатії 1.0» до «дипломатії 2.0», або мережевої дипломатії, у якій комунікація здійснюється в режимі реального часу через соціальні медіа, цифрові платформи та інтерактивні онлайн-канали. Практика пандемійного періоду та воєнних криз показала, що онлайн-брифінги, цифрові консультації та віртуальні консульські сервіси стали обов'язковим елементом сучасної дипломатії.

Цифрові інструменти тісно пов'язані з концепціями «м'якої сили» (soft power) та «розумної сили» (smart power). Через соціальні платформи, віртуальні культурні проєкти та офіційні онлайн-кампанії держави поширюють власні цінності, політичні позиції та культурні коди, формуючи позитивне сприйняття за кордоном. Одночасно цифрові технології інтегруються з інструментами безпеки, аналітики та кризового реагування, створюючи гібридні моделі «розумного» впливу.

Основними цифровими інструментами держав, які вони використовують у цифровій дипломатії, є соціальні медіа, віртуальні культурні події, цифрові ініціативи та кібердипломатія.

Соціальні платформи (X/Twitter, Facebook, Instagram, TikTok, Telegram, YouTube) стали ключовими інструментами цифрової дипломатії. Вони дозволяють урядам і дипломатичним установам безпосередньо звертатися до іноземної аудиторії, поширювати офіційні заяви, оперативно реагувати на кризи та формувати міжнародний порядок денний.

Офіційні сайти МЗС, дипломатичних місій і державних цифрових сервісів забезпечують поширення достовірної інформації, доступ до документів

зовнішньої політики та координацію міжнародних ініціатив. У кризових ситуаціях вони стають ключовими «якорями довіри», через які держава доносить свою позицію до міжнародної спільноти.

Віртуальні культурні події та онлайн-ініціативи, як то віртуальні музеї, онлайн-виставки, цифрові фестивалі, освітні платформи та міжнародні вебінари, перетворилися на інструменти культурної дипломатії нового покоління. Вони дозволяють державам розширювати культурну присутність без фізичних обмежень, залучати міжнародні аудиторії та формувати позитивний бренд. Такі інструменти є особливо ефективними для малих і середніх держав, які прагнуть посилити видимість у глобальному інформаційному просторі. Українським проєктом, який дозволяє відвідати віртуальні виставки та більше дізнатись про історію України та її культурне різноманіття, є платформа *ЄМузейОнлайн* (<https://emuseum.online/>).

Кібердипломатія включає дипломатичні ініціативи у сфері кібербезпеки, вироблення норм поведінки в кіберпросторі, захист критичної інфраструктури та дипломатичні переговори щодо цифрової безпеки. В умовах глобальної конкуренції контроль над кіберпростором стає важливим інструментом геополітичного впливу та національної безпеки. Зокрема, Державна служба спеціального зв'язку та захисту інформації України регулярно комунікує із державними структурами та профільними організаціями країн ЄС, а також з фаховими міжнародними центрами щодо посилення кіберзахисту національного інформаційного середовища.

Перейдемо до розгляду конкретних кейсів.

Вже згадувалось, що під час пандемії COVID-19 і в умовах воєнних конфліктів соціальні мережі активно використовувалися для інформування про ключові події та рішення, що підтвердило перехід від допоміжної ролі соцмедіа до статусу повноцінного дипломатичного інструменту.

Наприклад, Україна через Twitter та Telegram координувала інформаційні кампанії для власних громадян та міжнародної спільноти під час повномасштабного вторгнення. Щоденні відеозвернення президента з

оперативною інформацією про ситуацію на фронті; повідомлення про евакуацію, гуманітарні коридори, повітряні тривоги; інформування про руйнування та гуманітарну допомогу поширювались через Telegram-канали. Звернення президента та урядовців перекладалися англійською для міжнародної аудиторії і публікувались на офіційних сайтах установ та у соціальних мережах. Це є прикладами кризової комунікації та управління інформацією у цей період.

Через соцмережі Україна напряду зверталася до урядів, компаній і суспільств інших країн. Класичним прикладом координації міжнародних дій через цифрову дипломатію є твіт міністра цифрової трансформації Михайла Федорова до Ілона Маска з проханням про Starlink, після чого термінали були передані Україні.

Україна також активно використовувала соцмережі та веб-ресурси для формування глобального наративу війни. Зокрема, міжнародна комунікаційна кампанія “Be Brave Like Ukraine”, підтримана урядом, була спрямована на формування позитивного образу України у світі. Офіційний Twitter України (@Ukraine) публікував пости, спрямовані на аудиторію США та Європи, омонікуючи із союзниками та формуючи образ України як демократичної держави. При цьому офіційні урядові акаунти активно використовували меметичну інформаційну стратегію й наративи для впливу на міжнародну аудиторію, що є елементом публічної дипломатії.

Вони дозволяють державам розширювати культурну присутність без фізичних обмежень, залучати міжнародні аудиторії та формувати позитивний бренд

- emuseum.online — українська платформа віртуальних виставок, де доступні тури Національного художнього музею України, експозиція «Дім, де народилась українська дипломатія», а також VR-екскурсії про Чорнобиль

Міжнародна практика та досвід України під час повномасштабного вторгнення показує, що держави ефективно застосовують цифрові інструменти для реагування на гуманітарні кризи, просування кліматичних ініціатив, зміцнення регіонального лідерства, залучення політичної, гуманітарної та

фінансової підтримки міжнародної спільноти. Також цифрові інструменти допомагають просувати туристичний, культурний та інноваційний потенціал держави. Соціальні медіа та віртуальні культурні проєкти формують комплексний міжнародний імідж, що підвищує конкурентоспроможність держави.. Ключовим фактором успіху є інтеграція цифрових інструментів у загальну стратегію зовнішньої політики. Цифрові інструменти активно застосовуються для протидії дезінформації: аналітичні платформи, соціальні мережі та офіційні онлайн-ресурси використовуються для виявлення інформаційних атак і спростування фейкових повідомлень. Спеціалізовані центри стратегічних комунікацій дозволяють державам реагувати на інформаційні загрози в реальному часі.

Отже, цифрові інструменти держав стали ключовим елементом сучасної зовнішньої політики. Вони забезпечують ефективний комунікаційний вплив, формування міжнародного іміджу, протидію дезінформації, мобілізацію підтримки та розвиток кібердипломатії. Ефективність їх застосування залежить від інтеграції у зовнішньополітичну стратегію, ефективності правового регулювання та здатності держав адаптуватися до динаміки глобальних цифрових трансформацій.

3. Вплив цифрової дипломатії на міжнародну безпеку та формування стратегічних наративів

У сучасних міжнародних відносинах цифрові технології стали важливим чинником трансформації системи міжнародної безпеки та механізмів міжнародної комунікації. Поширення глобальних інформаційних платформ, соціальних мереж і цифрових каналів комунікації призвело до посилення ролі інформаційного середовища як простору міжнародного впливу та конкуренції держав.

Цифрова дипломатія у цих умовах виступає не лише інструментом міжнародної взаємодії, а й механізмом забезпечення інформаційної та кібербезпеки, формування міжнародної довіри та координації дій держав у кризових ситуаціях. Одночасно цифрове середовище стало ключовим простором

формування стратегічних наративів, які визначають сприйняття міжнародних подій, легітимність політичних рішень і рівень міжнародної підтримки держав.

Як результат, вплив цифрової дипломатії на міжнародну безпеку та формування стратегічних наративів відображає загальну тенденцію переходу міжнародних відносин до інформаційно-мережевої моделі функціонування.

Держави створюють спеціальні структури та посади для координації цифрової дипломатії. Естонія інтегрувала департамент стратегічних комунікацій у Міністерство закордонних справ, що координує питання кібербезпеки та міжнародної співпраці. Франція призначила Digital Ambassador для реалізації глобальних цифрових проєктів, зокрема у сфері клімату та культури. Україна під час війни створила підрозділи для цифрових комунікацій та боротьби з дезінформацією, що дозволило координувати міжнародну допомогу та підтримувати імідж держави.

Цифрова дипломатія сприяє зміцненню національної та міжнародної інформаційної безпеки, забезпечуючи системи моніторингу загроз, протидії дезінформації та кіберзахисту. Наприклад, використання українськими органами Telegram-каналів та Twitter дозволило швидко ідентифікувати фейкові повідомлення та реагувати на загрози.

Цифрові інструменти активно застосовуються для нейтралізації пропаганди та кіберзагроз. Естонія розробила міжнародні кібернорми та заходи зміцнення довіри, що знизили ризики конфліктів у цифровому середовищі.

Розробка стандартів безпеки та міжнародних кібернорм дозволяє встановлювати довіру між державами. Український досвід показав, що своєчасна координація цифрових комунікацій із партнерами допомагає зміцнити стратегічну солідарність та підвищити ефективність міжнародних дій.

Цифрова дипломатія формує позитивний імідж держави через культурні, освітні та політичні кампанії. Онлайн-фестивалі Естонії, освітні проєкти Франції та інформаційні кампанії України демонструють ефективне просування національних цінностей і міжнародного бренду.

Через цифрові канали держави координують інформаційні потоки, підтримують фундаментальні цінності національної безпеки та забезпечують узгодженість повідомлень на міжнародній арені.

Як результат, цифрова дипломатія стала критично важливим інструментом забезпечення міжнародної безпеки та формування стратегічних наративів. Вона дозволяє державам:

- протидіяти кібер- та інформаційним загрозам;
- зміцнювати міжнародну довіру та співпрацю;
- формувати позитивний імідж і просувати національні цінності;
- мобілізувати глобальну підтримку у кризових ситуаціях.

Ефективність цифрової дипломатії визначається інтеграцією у зовнішньополітичну стратегію, дотриманням етичних та правових норм і здатністю держав адаптуватися до швидких змін у цифровому середовищі.

Отже, цифрова дипломатія виступає комплексним інструментом забезпечення міжнародної безпеки, формування стратегічних наративів і підтримки міжнародної стабільності в умовах цифрової трансформації світового розвитку.

ЛЕКЦІЯ 13. Тема 13. Глобальні медіа як актори міжнародних відносин

Основні питання:

1. Роль і місце друкованих медіа у формуванні міжнародного інформаційного порядку денного.
2. Історія становлення провідних медіаконгломератів.
3. Процес формування телевізійних новин світовими агенціями.

Завдання на СРС:

Як друковані медіа впливають на формування міжнародного інформаційного порядку денного через механізм agenda-setting?

Як процеси глобалізації та цифрової трансформації сприяли становленню та зміцненню провідних медіаконгломератів?

Як економічні, політичні та технологічні чинники зумовили концентрацію світового медіаринку?

Як світові інформаційні агенції (Reuters, AP, AFP) формують телевізійні новини на етапах збору, верифікації та дистрибуції контенту?

Як механізми agenda-setting і framing у телевізійних новинах впливають на сприйняття міжнародних подій аудиторією?

Література:

основна – 46, 47; додаткова – 104, 142, 145, 147, 150, 151, 153, 162, 164, 171, 174, 175.

Конспект лекції

1. Роль і місце друкованих медіа у формуванні міжнародного інформаційного порядку денного

Друковані медіа (газети, журнали, щотижневі аналітичні видання) традиційно виконують функцію інформаційного фільтра та інтерпретатора міжнародних подій. Вони не лише повідомляють факти, а й формують інформаційну картину світу, яка впливає на те, що суспільство та політичні еліти вважають важливим у міжнародній сфері. Це досягається через добір новин, їхню інтерпретацію, аналіз причин і наслідків подій та надання даних експертного

характеру, що сприяє появі стійких уявлень про світові процеси. Такі медіа часто мають стабільну аудиторію і великий вплив на формування зовнішньополітичних дискурсів у громадській думці.

Традиційні медіа, такі як газети, телебачення та радіо, вже давно впливають на формування громадської думки та політичного дискурсу. Вони мають силу встановлювати порядок денний, формувати проблеми та формувати наративи. Завдяки глибоким репортажам, журналістським розслідуванням та редакційним думкам традиційні ЗМІ надають аналіз та контекст, що допомагають громадянам зрозуміти складні політичні питання.

Друковані медіа також виконують важливу роль у конструюванні міжнародного інформаційного порядку денного: своїми редакційними рішеннями вони визначають, які події та проблеми будуть висвітлені, а які залишаться поза увагою. Це створює основу для привернення суспільної уваги до тих чи інших тем у глобальному масштабі і впливає на суспільні пріоритети в міжнародному контексті.

Теорія agenda-setting або ***теорія порядку денного*** – теорія, згідно з якою ЗМІ справляють значний вплив на громадськість вже самим підбором тем, які вони висвітлюють.

Базове припущення теорії agenda setting полягає в тому, що новини – це не просте відображення реальності, а соціально сконструйована, відредагована так званими «gatekeepers» («вартовими») реальність. Цими вартовими є журналісти, редактори, видавці та власники масмедіа – тобто всі ті учасники процесу обробки інформації, які стоять між подією та остаточним споживачем новин.

Як результат, ЗМІ можуть виокремлювати певні події (проблеми, теми, явища) і наголошувати на них, змушуючи аудиторію сприймати ці події як важливі, що відповідно й певним чином формує міжнародний інформаційний порядок денний.

Механізми впливу друкованих ЗМІ на міжнародний порядок денний

Друковані засоби масової інформації, попри розвиток цифрових медіа, продовжують впливати на міжнародний порядок денний через низку механізмів, які формують громадську думку, впливають на прийняття політичних рішень та встановлюють глобальні наративи.

Встановлення порядку денного (Agenda-Setting). Друковані ЗМІ (особливо великі міжнародні газети та журнали, як-от The New York Times, The Guardian, The Economist) визначають, які міжнародні події та питання вважатимуться важливими. Висвітлюючи певні теми на перших шпальтах або приділяючи їм значну увагу, вони сигналізують іншим медіа та політикам про їхню значущість, таким чином формуючи глобальний інформаційний потік.

Механізм **фреймування (Framing)** проявляється в особливостях подачі інформації. Видання можуть формувати сприйняття міжнародних подій, обираючи певний кут зору, наголошуючи на конкретних аспектах або використовуючи певну термінологію. Це впливає на те, як аудиторія, зокрема політики та експерти, інтерпретує ситуацію (наприклад, подаючи конфлікт як «боротьбу за свободу» чи як «акт агресії»).

Аналітична глибина. На відміну від швидких цифрових новин, друковані медіа мають перевагу у наданні ґрунтовного аналізу, контексту та довгострокових наративів. Статті, редакційні коментарі та огляди у якісних газетах і журналах часто містять детальний аналіз міжнародних подій. Поглиблена аналітика та детальні журналістські розслідування міжнародних проблем (корупція, порушення прав людини, складні геополітичні процеси) викривають зловживання та чинять тиск на уряди та міжнародні організації, вимагаючи прозорості та підзвітності.

Через **авторитетність** традиційних друкованих медіа, яка напрацьовувалась роками, багато політичних лідерів, дипломатів, експертів, науковців, представників бізнес-еліти та лідерів думок користуються саме друкованими джерелами для отримання ґрунтовної інформації та аналітичної інтерпретації подій. **Формування експертних кіл**, осередком яких є впливові друковані видання, притягують людей, які бажають відчувати приналежність до

інтелектуальної еліти. Редакційні статті та авторські колонки в таких виданнях безпосередньо впливають на дискусії в експертних колах та процеси прийняття рішень на національному та міжнародному рівнях.

Створення «виробленої згоди» (Manufactured Consent). Через узгоджені наративи, які можуть підтримувати зовнішню політику певних держав або корпорацій, друковані ЗМІ можуть мобілізувати громадську підтримку (або несприйняття) певних міжнародних інтервенцій, санкцій чи угод.

Культурний вплив та просування цінностей. Через літературу, наукову та аналітичну періодику, а також матеріали про культуру, друковані медіа сприяють транснаціональній передачі культурних продуктів, ідей та цінностей (наприклад, демократії, прав людини), що опосередковано впливає на глобальні норми та інформаційний порядок.

Документування та збереження історичної пам'яті. Важливою особливістю друкованих видань є те, що вони спроможні документувати історичні події, до яких можна звертатися у майбутньому. Це забезпечує архів інформації, який допомагає формувати довгострокове розуміння міжнародних відносин.

Ці механізми працюють як на національному рівні, формуючи внутрішню громадську думку, так і на міжнародному, впливаючи на глобальний інформаційний обмін та політичну динаміку.

Отже, друковані медіа залишаються важливими акторами міжнародних відносин. Через свою здатність обирати теми, пропонувати глибокий аналіз та впливати на уявлення про міжнародні події вони відіграють важливу роль у формуванні міжнародного інформаційного порядку денного. Навіть у цифрову епоху друковані видання зберігають значущий вплив на думку політичних еліт і широкої аудиторії, і саме тому їх вплив варто враховувати в сучасних дослідженнях міжнародних відносин.

2. Історія становлення провідних медіаконгломератів

Медіаіндустрія пройшла кілька ключових етапів становлення, що привели її до сучасної конфігурації. Поява друкарського верстата дала змогу виробляти книги і газети у великих тиражах, що сприяло формуванню громадської думки та ранніх медіа-ринків. У ХХ ст. радіо та телебачення стали домінуючими джерелами інформації, здатними охоплювати масову аудиторію в реальному часі. Це змінило роль медіа у політиці та культурі, адже теленовини почали формувати ставлення людей до міжнародних подій. В другій половині ХХ ст. медіакомпанії почали розширювати свою діяльність на міжнародні ринки, а через злиття та поглинання з'явилися перші великі медіаконгломерати. У ХХІ ст. з розвитком інтернету та цифрових платформ традиційні медіа зазнали суттєвих змін. З'явилися нові гравці (соціальні мережі, потокові сервіси), які оскаржили домінування класичних медіакомпаній, але великі медіаконгломерати зберегли значний вплив, адаптувавшись до цифрових форматів. Ці зміни призвели до нового етапу медіаглобалізації й концентрації влади у цифровому просторі.

Причини та процеси концентрації медіаринку

Медіаконцентрація – це процес, за якого все менше компаній контролюють дедалі більшу частину медіа-ринку. Медіаконцентрації сприяли економічні, політичні та технологічні чинники.

До *економічних чинників* можна віднести те, що великим компаніям притаманні переваги масштабу: вони можуть інвестувати у виробництво й дистрибуцію контенту, що не під силу меншим компаніям, і отримувати більші доходи від реклами, ліцензій і сервісів.

Про *політичні чинники* можна говорити, наприклад, тоді, коли певні держави спрощували рекономічну регуляцію, що дозволяло компаніям легше об'єднуватися і конкурувати на глобальному рівні; у той же час політичні інтереси могли стимулювати концентрацію брендів та вливання капіталу в медіа.

Дія *технологічних чинників* появляється через цифрові платформи, які створюють нові моделі монетизації й поширення інформації, що дозволило

гігантам медіа (як і технологічним компаніям) закріпити свою присутність у всіх сегментах ринку.

Ці чинники разом пояснюють, чому злиття, поглинання, стратегічні альянси та динаміка глобального ринку призвели до того, що кілька гравців контролюють значну частину світового медіапростору. Розглянемо детальніше ключових гравців у медійному світі.

У сучасному світі **декілька медіаконгломератів мають глобальний вплив.**

News Corp / Fox Corp. – група компаній, заснована Рупертом Мердоком, з великим портфелем газет, новинних каналів та цифрового контенту. News Corp розвивалася через злиття та міжнародну експансію, ставши глобальним гравцем у сфері інформаційних послуг.

The Walt Disney Company – один з найбільших розважальних та медіаконгломератів у світі, який контролює студії кіно й телебачення, власні телеканали та популярний стрімінговий сервіс Disney+. Завдяки великій кількості придбань (включно з 21st Century Fox) Disney зміцнила свої позиції у глобальному медіапросторі.

Comcast / NBCUniversal – американський медіа- і телекомунікаційний конгломерат з власними телевізійними мережами, студіями кіно та потоковими сервісами (Peacock). Компанія також володіє Sky Group, одним з найбільших медіагравців у Європі.

Warner Bros. Discovery – результат злиття WarnerMedia та Discovery, яке створило гіганта з широким набором брендів (CNN, HBO, TBS, Discovery Channel тощо). У 2025-2026 рр. компанія переживає реструктуризацію та реорганізацію бізнесів, включаючи відокремлення кабельних мереж і студій.

Axel Springer SE – європейський медіаконгломерат, що володіє газетами, журналами та цифровими платформами, і має важливу позицію на медіаринках Німеччини та Європи.

Ці компанії контролюють широкий спектр медіаресурсів – від новин та журналів до розважального контенту й потокових платформ — що дає їм вагомий вплив на громадську думку і культуру.

Медіаконгломерати мають складну структуру власності з численними підрозділами: телеканали і радіостанції; кіностудії та телепродакшн, видавничі бренди та цифрові платформи, стримінгові сервіси та онлайн-портали. Одна компанія може володіти кількома індустріями одночасно, наприклад мати власну кіностудію, володіти телевізійними каналами та стримінговою платформою, що дозволяє контролювати все виробництво й дистрибуцію контенту. Через це медіагіганти здатні впливати на глобальні інформаційні потоки та культурні тенденції.

Отже, становлення провідних медіаконгломератів є результатом тривалої еволюції медіаіндустрії – від друкованої преси до глобальних цифрових платформ. Технологічний прогрес, глобалізація та економічні переваги масштабу сприяли концентрації медіаринку в руках обмеженої кількості транснаціональних компаній. Сучасні медіаконгломерати контролюють повний цикл виробництва й дистрибуції контенту, що забезпечує їм значний вплив на інформаційні потоки. Водночас така концентрація підсилює їхню роль у формуванні громадської думки та актуалізує проблему медіаплюралізму в цифрову епоху.

3. Процес формування телевізійних новин світовими агенціями

У сучасному глобалізованому інформаційному просторі телевізійні новини залишаються одним із найвпливовіших джерел формування міжнародної громадської думки та політичних уявлень про світові події. Ключову роль у цьому процесі відіграють світові інформаційні агенції, які забезпечують первинний збір, обробку та дистрибуцію міжнародного новинного контенту для телевізійних мовників у різних регіонах світу. Саме через діяльність таких агентств формуються глобальні інформаційні потоки, визначається міжнародний порядок денний і закладаються рамки інтерпретації подій у сфері міжнародних відносин. У цьому контексті аналіз процесу формування телевізійних новин світовими агенціями дозволяє глибше зрозуміти механізми впливу медіа на міжнародну політику та інформаційний простір.

Світові інформаційні агентства, такі як Reuters, Associated Press (AP) і Agence France-Presse (AFP), є ключовими суб'єктами глобального інформаційного простору, оскільки вони збирають, обробляють і поширюють новини для телевізійних каналів, цифрових платформ і інших медіа по всьому світу. Ці агентства формують значну частину міжнародних телевізійних новин, забезпечуючи важливу роль як акторів міжнародних відносин і впливаючи на глобальну громадську думку.

Reuters і AP підтримують телевізійні відділи – Reuters Television (RTV) та Associated Press Television News (APTN), які спеціалізуються на створенні та дистрибуції відеоконтенту для мовників у різних регіонах світу. AFP також постачає міжнародні сюжети та аналітичні матеріали для мовників у Європі, Африці та Азії. Це дозволяє агентствам не лише передавати факти, але й формувати інформаційні наративи та визначати глобальний інформаційний порядок денний.

Процес формування телевізійних новин можна представити у вигляді такої блок-схеми.

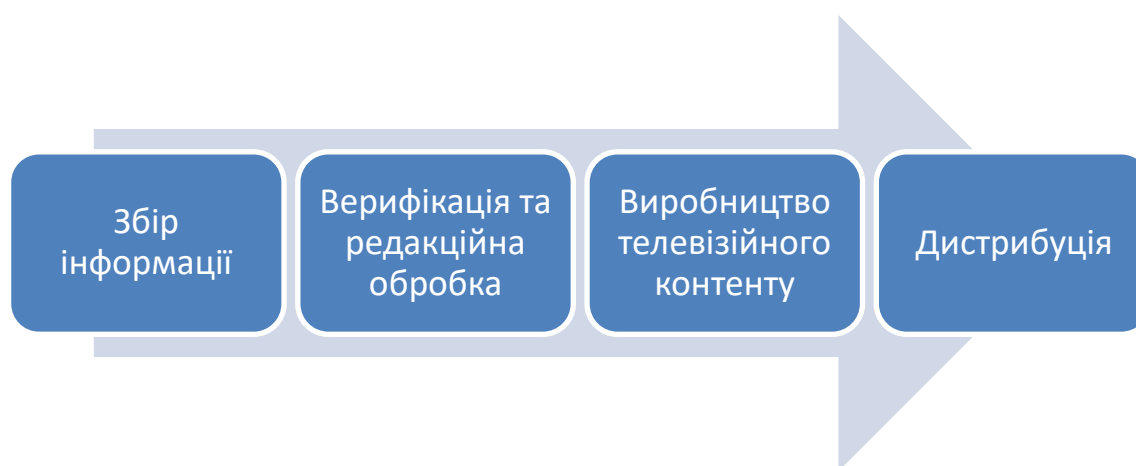


Рис. 13.1. Процес формування телевізійних новин

Спочатку агенції здійснюють *збір первинної інформації* з місцевих джерел або через глобальні мережі кореспондентів і відеооператорів. Матеріали можуть включати текстові повідомлення, відео, фото та інші мультимедійні дані. Для висвітлення кризових подій і конфліктів агентства залучають власних журналістів і партнерські організації для забезпечення оперативності та точності репортажів.

На наступному етапі зібрані матеріали проходять *верифікацію та редакційну обробку* для забезпечення точності та нейтральності інформації. Перевірка включає аналіз джерел, геолокацію відео, перевірку часових позначок і забезпечення відповідності редакційним стандартам. Такий підхід зменшує ризики поширення дезінформації.

Після *редакційної обробки* матеріалів, що може передбачати озвучення, додавання графіки та інфографіки, монтаж, вони перетворюються на готові телевізійні сюжети. Часто сюжети супроводжуються експертними коментарями й аналітичними вставками, що дозволяє глибше розкрити контекст подій.

Готові телевізійні сюжети доставляються мовникам через супутникові мережі та цифрові платформи, що забезпечує оперативне надходження інформації глядачам у різних регіонах світу. Така масштабна дистрибуція формує задає теми для подальшого висвітлення. Через телевізійні новини агенції формують інформаційний порядок денний, визначаючи, що є значущим для суспільної уваги у світі. Через вибір тем, тон подачі і наративи агентства впливають на сприйняття міжнародних подій, розповсюджуючи культурні та політичні концепції, які можуть змінювати суспільні настрої та політичні дискурси.

Вимір явищ, таких як медіаупередженість та відбір фактів, показує, що новинні упередження можуть формувати структуру інформаційного середовища, впливаючи на те, як глядачі сприймають події та як складається громадська думка. Це особливо важливо під час політичних криз, коли швидкість і характер висвітлення подій здатні впливати на політичні рішення та сприйняття суспільства.

Отже, світові агенції через телевізійні новини формують глобальний інформаційний простір, впливають на політичні дискурси та громадську думку. Вони є не лише медіаорганізаціями, а й акторами міжнародних відносин, здатними визначати темпи та рамки висвітлення міжнародних подій і формувати інформаційні наративи, які впливають на сприйняття світу у глобальному вимірі.

ЛЕКЦІЯ 14. Тема 14. Ринок онлайн-медіа: тенденції та феномени

Основні питання:

1. Провідні формати контенту на ринку онлайн-медіа.
2. Феномени онлайн-медіа та їх вплив на світову політику та економіку.
3. Способи використання мережі Інтернет для формування медійного впливу.

Завдання на СРС:

Як різні формати онлайн-контенту (текст, відео, аудіо, інтерактив) впливають на сприйняття інформації аудиторією?

Як алгоритмічна персоналізація формує «інформаційні бульбашки» та змінює медіаспоживання користувачів?

Як феномен вірусності контенту впливає на політичні процеси та громадську думку?

Як цифрові платформи використовують дані користувачів для монетизації та таргетованої реклами?

Як розвиток медіаграмотності може зменшувати вплив дезінформації в онлайн-середовищі?

Література:

основна – 44, 55, 56; додаткова – 73, 76, 77, 137, 148, 149, 155, 157, 169, 170, 172, 176.

Конспект лекції

1. Провідні формати контенту на ринку онлайн-медіа

Онлайн-медіа – це цифрові платформи для створення, поширення й споживання різноманітного контенту через Інтернет, що включає текстові, аудіо, відео та інтерактивні формати. Вони стали найважливішим каналом комунікації в цифрову епоху, суттєво змінивши способи інформування суспільства.

Контент онлайн-медіа – це будь-який цифровий продукт, призначений для залучення аудиторії, створення цінності та вирішення конкретних потреб користувачів, наприклад інформування, навчання чи розваги. Такі формати, як відео, подкасти, інтерактивні історії та мультимедійні статті сьогодні домінують у

цифровому медіаспоживанні. Завдяки цифровим технологіям онлайн-медіа пропонують багатовимірний досвід, що поєднує текст, звук, відео та графіку одночасно.

Контент онлайн-медіа можна класифікувати за функціональним призначенням:

- Інформаційний контент включає новини, аналітику, репортажі й огляди подій. Цей формат спрямований на донесення фактів, тенденцій і важливих подій у зрозумілій формі.
- Освітній контент охоплює навчальні відео, онлайн-курси, інструкції та пояснювальні матеріали, які мають на меті підвищення рівня знань та навичок аудиторії.
- Розважальний контент спрямований на емоційне залучення користувачів через відеоблоги, шоу, меми, короткі відео та стрімінгові сервіси, що підтримують розвагу й утримання уваги.
- Іміджевий контент – це бренд-орієнтовані матеріали, PR-кампанії та корпоративні історії, що сприяють формуванню репутації медіа або бренду.

За формою подачі контент може бути текстовим, аудіальним, відео, графічним або інтерактивним.

Текстовий контент залишається базовою формою медіаповідомлення в онлайн-медіа, особливо для аналітичних матеріалів. Лонґриди, блоги та статті, що поєднують текст із візуальними елементами, допомагають читачам краще зрозуміти складні теми та мають високий рівень інформативності. Наприклад: блоги на Medium, аналітичні статті на The Conversation, новинні матеріали на BBC Online.

Відеоконтент – один із найшвидше зростаючих форматів, що включає ролики та стрими і домінує у сегменті інформації та розваг. Активно залучають аудиторію короткі відео (TED Talks, Vox канали на YouTube, короткі відео на TikTok, Instagram Reels), при цьому такі формати часто стають популярними серед молоді та сприяють вищій взаємодії з контентом. Аналіз показує, що

короткі відео отримують більше переглядів і реакцій у порівнянні з довгими форматами.

Аудіо-формати подкастів і аудіо-новин набирають популярність як зручний спосіб споживання інформації під час руху чи роботи. Подкасти пропонують глибокі інтерв'ю, експертні дискусії та тематичні випуски, що дозволяють змістовно залучати слухача. До нього відносяться Spotify (The Daily від New York Times), Apple Podcasts (Stuff You Should Know), BBC Sounds.

Графіка, інфографіка, діаграми та інтерактивні елементи допомагають у візуалізації даних і привертають увагу користувачів завдяки наочності та простоті сприйняття. Інтерактивні формати поєднують інфографіку, опитування, ігри або серії мультимедійних елементів, що значно підвищує залучення аудиторії. До цього контексту відносяться інтерактивні інфографіки на The Guardian, карти і візуалізації на Google News, інтерактивні опитування у Vox.

Тенденції та феномени ринку. Сучасні тенденції в онлайн-медіа свідчать про зростання попиту на короткі відеоформати та мультимедійні розповіді, що поєднують відео, текст і графічні елементи для більшої залученості користувачів. Наприклад, платформи YouTube Shorts, TikTok, Instagram Reels демонструють, що короткі відео отримують значно більше переглядів та реакцій, ніж довші відео, і активно формують поведінку аудиторії.

Платформи активно інтегрують інтерактивні елементи, що дозволяє створювати більш персоналізований досвід споживання. Наприклад, Vox Media використовує інтерактивні інфографіки та карти для пояснення складних політичних і економічних процесів, а The Guardian – інтерактивні новинні історії з опитуваннями та анімацією.

Також алгоритмічні рекомендаційні системи визначають, який контент з'являється у стрічках користувачів на TikTok, YouTube та Spotify, що впливає на популярність форматів і швидкість їхнього поширення. Відео та аудіоконтент, адаптований під мобільні пристрої, стає домінуючим у споживанні медіа, тоді як текстові матеріали часто інтегруються з мультимедіа, щоб утримувати увагу аудиторії.

Крім того, подкасти та аудіоісторії на Spotify, Apple Podcasts і BBC Sounds демонструють зростання споживання аудіоконтенту, що дозволяє користувачам отримувати новини та розваги під час руху, роботи або занять спортом.

Сумарно, сучасні онлайн-медіа комбінують відео, текст, аудіо та інтерактивність, адаптуючи контент під алгоритми платформ і потреби аудиторії. Це формує нові стандарти медіаспоживання та підвищує значущість мультимедійних форматів у цифровому середовищі.

Отже, провідні формати контенту на ринку онлайн-медіа включають текстові, відео, аудіо, графічні та інтерактивні формати, кожен із яких має свої функції та призначення. Онлайн-медіа використовують мікс цих форматів, щоб залучити різні сегменти аудиторії та зберігати конкурентоспроможність у цифровому середовищі. Сучасні тенденції свідчать про те, що відео та інтерактивні формати визначають динаміку розвитку медіа, а персоналізація та алгоритмічні рекомендації стають ключовими факторами успіху. З огляду на зростаючу конкуренцію, можна прогнозувати подальшу експансію мультимедійних форматів, розвиток нових інтерактивних можливостей та ще більшу персоналізацію контенту для різних аудиторій в онлайн-медіа.

2. Феномени онлайн-медіа та їх вплив на світову політику та економіку

Сучасні онлайн-медіа стали одним із ключових чинників формування глобальної політичної та економічної динаміки. Вони охоплюють широкий спектр платформ – від соціальних мереж (Facebook, Twitter/X, TikTok, Instagram) до стрімінгових сервісів (YouTube, Spotify, Twitch) та новинних онлайн-порталів (BBC News Online, CNN Digital). Онлайн-медіа дозволяють миттєво поширювати інформацію, впливати на громадську думку та створювати нові економічні моделі, що робить їх важливими акторами міжнародних процесів.

Основні феномени онлайн-медіа

Вірусність контенту. Вірусність контенту – це здатність медіа повідомлень швидко розповсюджуватися серед великої аудиторії. Онлайн-платформи, такі як YouTube, TikTok та Twitter/X, забезпечують миттєвий охоплення мільйонів

користувачів у різних країнах. Політичні повідомлення, соціальні кампанії та навіть економічні новини стають глобальними в режимі реального часу.

Наприклад, відеоролики з протестних акцій у Гонконзі або інформаційні кампанії під час виборів у США швидко поширювалися через TikTok і Twitter/X, що змушувало політичних лідерів оперативно реагувати на ситуацію. Подібна вірусність дозволяє громадянам впливати на медійну повістку, але також створює ризики маніпуляцій і фейкових новин.

Алгоритмічна персоналізація. Соціальні платформи використовують алгоритми, які підбирають контент для користувачів на основі їхніх інтересів, історії переглядів та поведінкових характеристик. Це створює ефект «інформаційної бульбашки», коли люди бачать лише ті матеріали, що підтверджують їхні погляди. Цей феномен має прямий політичний вплив. Наприклад, під час виборчих кампаній у США та країнах ЄС персоналізовані стрічки новин формували різні політичні наративи для різних груп виборців, підсилюючи поляризацію та формуючи цільові електоральні стратегії.

Демократизація доступу до інформації. Онлайн-медіа дозволяють громадянам стати активними учасниками політичних процесів. Citizen journalism (громадянська журналістика) та публічні коментарі на платформах (Reddit, YouTube, Twitter/X) дають можливість поширювати новини, проводити обговорення і навіть впливати на медійну повістку.

Такі можливості стимулюють політичну участь, змінюють традиційні медійні структури та роблять громадську думку більш видимою для урядів і компаній. Демократизація інформації також відкриває шлях до нових форм економічної активності, наприклад, через краудфандингові кампанії та соціально-орієнтовані проекти.

Монетизація та економічний вплив. Онлайн-платформи збирають дані про користувачів і використовують їх для таргетованої реклами. Це створює нові бізнес-моделі і значно збільшує доходи медіакомпаній. Наприклад, Google Ads і Facebook Ads дозволяють компаніям індивідуально підбирати аудиторію для реклами, що підвищує ефективність маркетингових кампаній. Ринок цифрової

реклами зростає на 15-20 % щороку, змінюючи економіку медіа та традиційні рекламні бюджети.

Дезінформація та маніпуляції. Онлайн-медіа створили можливість масового поширення дезінформації, що безпосередньо впливає на політичні та економічні процеси. Наприклад, під час виборів у США 2020 року і в Європі в 2021–2022 рр. поширювалися фейкові новини щодо кандидатів та політичних рішень, що вплинуло на сприйняття громадськістю економічних і політичних ініціатив.

Маніпуляції контентом також використовуються для формування суспільної підтримки або критики певних економічних заходів, наприклад санкцій або реформ, що безпосередньо впливає на економічні ринки.

Медіаграмотність та критичне сприйняття. Рівень медіаграмотності визначає здатність громадян критично оцінювати контент. Високий рівень медіаграмотності підвищує політичну активність і економічну участь населення, зменшує вплив фейків та маніпуляцій.

Державні інституції, громадські та освітні організації задіюють онлайн-медіа для посилення медіаграмотності населення. Наприклад, освітні програми у Європі та США спрямовані на навчання підлітків критичному сприйняттю інформації, що дозволяє молодому поколінню брати активну участь у політичних і економічних процесах через онлайн-платформи. В Україні також є багато сервісів і платформ, які пропонують різноманітні матеріали, онлайн-курси та освітні серіали з інформаційної та медіаграмотності, зокрема такі курси можна знайти на державній платформі Дія.Освіта.

Вплив онлайн-медіа у сучасному світі важко переоцінити. Вони змінили способи проведення виборчих кампаній та мобілізації виборців; способи комунікації публічних інституцій та громадян; спричинили грандіозні зміни в сфері реклами, маркетингу та торгівлі. Вони впливають на економіку та прибутки окремих компаній; докорінно змінили

Політики використовують вірусний контент, персоналізовані стрічки та соціальні платформи для формування позитивного іміджу. Інформаційні хвилі через TikTok, Twitter/X або YouTube впливають на дипломатичні рішення і

міжнародні переговори, особливо під час кризових ситуацій. Алгоритмічні стрічки та персоналізований контент підсилюють розкол у суспільстві, що впливає на стабільність політичних систем. Зростання популярності онлайн-медіа призводить до зростання обсягів онлайн-реклами, що змінює економіку медіа і впливає на традиційні рекламні канали. Нові бізнес-моделі: підписки на стрімінгові сервіси, платний контент, партнерські програми YouTube та TikTok створюють додаткові джерела доходів. Глобалізація медіаекономіки сприяє тому, що платформи, які працюють у різних країнах, впливають на глобальні ринки праці та економічну активність користувачів.

Наявні тенденції розвитку онлайн-медіа вказують на те, що в подальшому ми спостерігатимемо зростання частки відео та інтерактивних матеріалів, алгоритми будуть ще точніше підбирати персоналізований контент, впливаючи на політичні й економічні настрої, а вплив онлайн-медіа на глобальну політику (як і на економічну активність) буде зростати, особливо у кризові моменти та під час активних стадій виборчих кампаній.

Отже, феномени онлайн-медіа – вірусність контенту, алгоритмічна персоналізація, демократизація доступу, монетизація, дезінформація та медіаграмотність – створили нову політичну та економічну реальність. Вони роблять онлайн-платформи ключовими акторами міжнародних процесів, формують громадську думку і глобальні економічні тенденції.

3. Способи використання мережі Інтернет для формування медійного впливу

Мережа Інтернет у XXI столітті стала ключовим середовищем формування медійного впливу, об'єднуючи глобальні комунікаційні платформи, соціальні мережі, онлайн-ЗМІ, стрімінгові сервіси та пошукові системи, які забезпечують миттєве поширення інформації та взаємодію з аудиторією. На відміну від традиційних медіа, цифрове середовище активно конструює інформаційну реальність через алгоритмічну персоналізацію та інтерактивні механізми участі користувачів.

Соціальні мережі (Facebook, Instagram, TikTok, YouTube, X) є одним із найбільш ефективних способів формування медійного впливу завдяки масовому охопленню та швидкості розповсюдження повідомлень. Дані Pew Research показують, що понад половина дорослих у США бачать новини через соціальні мережі, а значна частина з них визнає, що ці платформи впливають на те, які новини вони бачать.

Цей вплив проявляється у використанні соціальних мереж для суспільної мобілізації: телевізійні фрагменти протестів, відео з громадських акцій та емоційні звернення громадських лідерів поширюються онлайн швидше, ніж через традиційні медіа, змушуючи політичні інституції реагувати на цифровий інформаційний порядок денний. Одночасно соціальні мережі використовуються брендами для формування довготривалого зв'язку з аудиторією через інтерактивні кампанії та сторітелінг, що підсилює їхній медійний вплив.

Ключовим механізмом медійного впливу в інтернет-середовищі є **алгоритмічна персоналізація**, що формує індивідуальні стрічки новин на основі поведінкових даних користувачів. Це дозволяє платформам пропонувати контент, найбільш релевантний кожному користувачеві, але також сприяє створенню «інформаційних бульбашок», у яких користувачі рідше стикаються з альтернативними точками зору.

У політичних кампаніях таргетована реклама використовує цю персоналізацію для поширення адаптованих повідомлень серед чітко визначених соціальних груп, що підвищує ефективність політичних впливових стратегій. Водночас така практика підсилює поляризацію та може знижувати рівень критичного сприйняття контенту.

Системне створення контенту є важливим способом формування медійного впливу в інтернеті. Це стосується не лише реклами, а й побудови цілісних інформаційних наративів, які формують довготривалі уявлення та цінності аудиторії. Компанії створюють цифрові журнали, подкасти, відео-серії та освітні ресурси для формування експертного іміджу, а політичні структури використовують подібні підходи для пояснення реформ чи легітимації інституцій.

Такі наративи постійно присутні в цифровому просторі, формують стабільний інформаційний контекст і впливають на сприйняття подій аудиторією у довгостроковій перспективі.

Інтернет сприяв *появі нових медіапосередників* – інфлюенсерів та тематичних онлайн-спільнот, що відіграють важливу роль у формуванні довіри до інформації. Блогери, стримери та адміністратори спільнот не лише транслюють контент, а й інтерпретують події, формуючи рамки їхнього сприйняття.

Дослідження свідчать, що частина користувачів сприймає інформацію від інфлюенсерів як більш «близьке» та «автентичне» джерело, ніж традиційні медіа, що збільшує їхній медійний вплив. Онлайн-спільноти створюють умови для обговорення та взаємного підтвердження домінуючих наративів.

Інструменти управління видимістю контенту. Пошукові системи та оптимізація контенту (SEO) визначають, які джерела інформації будуть доступні користувачам першими, а отже – які факти та інтерпретації стануть базовими орієнтирами для громадської думки. Це формує структурний рівень медійного впливу, де доступ до інформації визначається не лише змістом, а й її видимістю в пошукових результатах.

Таким чином, медійний вплив у мережі Інтернет реалізується через контент і через механізми доступу до нього, які формують інформаційні пріоритети суспільства.

Поряд із легітимними формами впливу Інтернет використовується для *реалізації маніпулятивних та дезінформаційних стратегій*. Дезінформаційні кампанії, бот-мережі та автоматизовані акаунти створюють ілюзію масової підтримки певних ідей та сприяють поширенню емоційно насиченого контенту, що впливає на громадську думку. Особливо масштабно це проявляється під час політичних криз та виборчих кампаній, коли цифрове середовище стає полем інформаційного протистояння.

Отже, мережа Інтернет сформувала багаторівневу систему медійного впливу, що поєднує соціальні платформи, алгоритмічні механізми, контент-стратегії, інфлюенсерські комунікації та управління видимістю інформації. Ці

способи впливу характеризуються високим ступенем персоналізації, інтерактивності та емоційної залученості. Інтернет не лише відображає соціальну реальність, а й активно її конструює, формуючи наративи, моделі поведінки та системи цінностей. Це підкреслює важливість розвитку медіаграмотності та критичного мислення для зниження маніпулятивного впливу цифрового середовища.

ЛЕКЦІЯ 15. Тема 15. Державний брендинг країн світу

Основні питання:

1. Стратегія формування державного бренду.
2. Складові бренду держави у міжнародних відносинах.
3. Особливості та відмінності державного брендингу, корпоративного брендингу та брендингу міжнародних організацій.

Завдання на СРС:

Як формується стратегія державного бренду та які етапи вона охоплює?

Як політична та економічна складові впливають на сприйняття бренду держави в міжнародних відносинах?

Як соціокультурні чинники (культура, люди, туризм) формують емоційний вимір державного бренду?

Як інформаційна складова (публічна дипломатія, медіа, цифрові комунікації) використовується для просування бренду держави?

Як відрізняються цілі, інструменти та результати державного, корпоративного брендингу та брендингу міжнародних організацій?

Література:

основна – 8, 13, 16, 34; додаткова – 70, 101, 106, 109, 152, 163, 167, 178.

Конспект лекції

1. Стратегія формування державного бренду

Державний бренд – це системно сформований образ країни, що відображає сукупність уявлень, асоціацій, емоцій та очікувань, які виникають у міжнародної та внутрішньої аудиторії щодо держави. Він формується на основі політичних рішень, економічних показників, культурної політики, комунікаційних стратегій і реального досвіду взаємодії з країною.

У сучасному світі державний бренд виступає не лише комунікаційним інструментом, а й важливим чинником конкурентоспроможності. Наприклад, Естонія цілеспрямовано вибудувала бренд «e-Estonia» як цифрової держави,

інтегрувавши електронне врядування, стартап-культуру та кібербезпеку у свій міжнародний образ. Це дозволило країні не лише зміцнити політичну репутацію, а й реально залучити іноземні інвестиції у сферу інформаційних технологій та інновацій.

На відміну від корпоративного чи товарного бренду, державний бренд має значно складнішу структуру. Якщо корпоративний бренд зосереджений на конкретному продукті або організації, то державний бренд охоплює історичну спадщину, політичні процеси, рівень життя населення, туристичну привабливість, інвестиційний клімат та культурну дипломатію. Саме тому його формування потребує довгострокового стратегічного підходу, узгодженого між урядом, бізнесом та громадянським суспільством.

Зростання ролі державного бренду особливо помітне в умовах глобальної нестабільності, коли репутація держави безпосередньо впливає на рівень довіри до неї як партнера. У цьому контексті бренд стає складовою «м'якої сили», здатної формувати прихильність і підтримку без прямого економічного або політичного тиску.

Державний бренд виконує комплекс взаємопов'язаних функцій.



Рис. 15.1. Функції державного бренду

Економічна функція полягає у стимулюванні інвестиційної активності, розвитку туризму та просуванні національних товарів і послуг. Наприклад, бренд

Фінляндії активно поєднує образ екологічно чистої країни з інноваційністю та високою якістю життя, що сприяє зростанню туристичних потоків і підвищенню інтересу до фінських технологічних компаній.

Політична функція проявляється у зміцненні міжнародного авторитету держави. Сильний бренд підвищує легітимність зовнішньополітичних ініціатив і сприяє розвитку партнерських відносин. Держави з позитивною репутацією сприймаються як більш передбачувані та надійні актори міжнародної політики.

Культурна функція полягає у просуванні національних цінностей, традицій, мови та мистецтва. Культурні фестивалі, міжнародні виставки, кіноіндустрія та музика дедалі частіше стають інструментами брендингу, що формують емоційний зв'язок між країною та зовнішньою аудиторією.

Соціальна функція спрямована на внутрішню аудиторію – формування національної ідентичності, громадянської згуртованості та довіри до державних інституцій. Бренд, підтриманий громадянами, має значно більшу стійкість і переконливість.

Формування державного бренду є поетапним процесом, що включає дослідження, стратегічне проєктування, реалізацію та оцінку результатів.

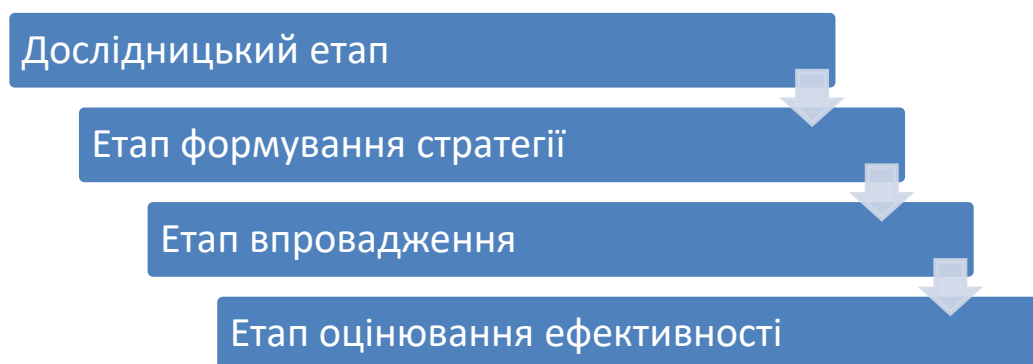


Рис. 15.2. Етапи розробки стратегії державного брендингу

Початковою стадією процесу формування державного бренду є *дослідницький етап*, на якому здійснюється аналіз наявного іміджу країни. Цей етап передбачає вивчення міжнародних рейтингів, соціологічних опитувань, медіаобразу держави, а також проведення SWOT-аналізу для визначення сильних

і слабких сторін, можливостей і загроз. Наприклад, перед запуском цифрової стратегії Естонія проаналізувала власні обмежені природні ресурси та зробила ставку на людський капітал і технології як ключову конкурентну перевагу.

На *етапі формування стратегії* визначається ключова ідея бренду, формуються цільові аудиторії та розробляються основні комунікаційні повідомлення. Важливо, щоб позиціонування спиралося на реальні переваги держави. Українська кампанія «Ukraine NOW» була побудована навколо ідеї відкритості, динаміки та можливостей, що дозволило поєднати туристичний, інвестиційний та культурний напрями в єдину систему комунікації.

Реалізація (впровадження) стратегії здійснюється через дипломатичні канали, міжнародні події, медіакампанії, цифрові платформи та міжсекторні партнерства. Практика показує, що найбільш ефективними є комплексні підходи, де бренд присутній одночасно у сфері культури, освіти, бізнесу та зовнішньої політики. Наприклад, естонський бренд інтегрований у програми електронного резидентства, міжнародні технологічні форуми та освітні проєкти, що підсилює його переконливість.

Етап оцінювання ефективності стратегії передбачає моніторинг змін у сприйнятті країни, аналіз інвестиційних і туристичних показників, а також регулярне коригування комунікаційних стратегій. Гнучкість бренду дозволяє адаптувати його до нових викликів, не втрачаючи базових ціннісних орієнтирів.

Успішна стратегія державного бренду базується на чітко сформульованій унікальній пропозиції, яка відображає специфіку країни та її реальні конкурентні переваги. Не менш важливою є послідовність у комунікаціях, адже розбіжність між офіційними повідомленнями та реальними практиками підриває довіру до бренду.

Залучення стейкхолдерів – урядових структур, бізнесу, культурних інституцій і громадян – забезпечує сталість бренду та його підтримку в суспільстві. Автентичність гарантує, що бренд не сприйматиметься як штучна конструкція, а гнучкість дозволяє адаптуватися до змін глобального середовища, зберігаючи актуальність і переконливість. Відзначимо, що гнучкість державного

бренду є відносно обмеженою, оскільки його трансформація передбачає попереднє узгодження з різними публічними інститутами, зміни стратегії державного розвитку та реальні політичні, економічні, нормативно-правові чи соціальні зміни.

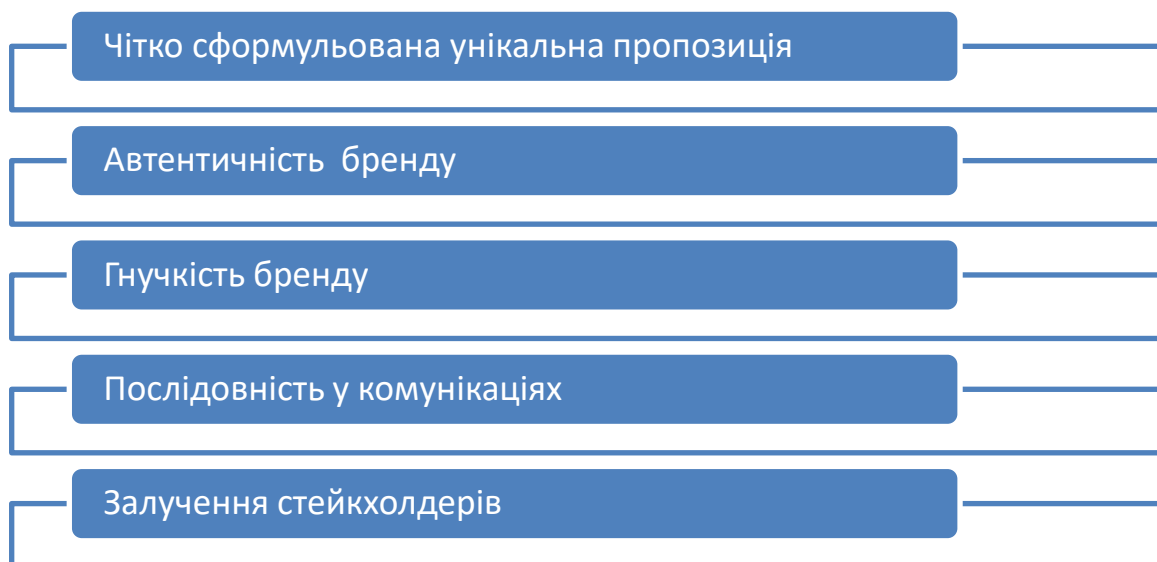


Рис. 15.3. Критерії успішності державного бренду

Отже, стратегія формування державного бренду є комплексним і довгостроковим процесом, що поєднує аналітичні, комунікаційні та управлінські підходи. Ефективний державний бренд ґрунтується на реальних конкурентних перевагах країни, відображає її цінності та ідентичність, а також забезпечує узгодженість між внутрішньою політикою та зовнішнім позиціонуванням. Практика провідних держав демонструє, що успішний брендинг здатний підвищувати інвестиційну привабливість, міжнародний авторитет і рівень національної консолідації. Водночас результативність брендової стратегії залежить від її автентичності, системності та здатності адаптуватися до змін глобального середовища.

2. Складові бренду держави у міжнародних відносинах

Бренд держави у міжнародних відносинах визначає уявлення про країну серед глобальної спільноти та її конкурентні позиції на світовій арені. Він формується на основі політичних, економічних, соціокультурних та

інформаційно-комунікаційних складових, кожна з яких взаємодіє з іншими та впливає на сприйняття держави. Ці складові відображають не лише офіційні стратегії, а й реальні практики управління, інвестицій, культури та комунікацій.

Політична складова бренду відображає політичну систему, стабільність державного управління, зовнішню політику та дипломатію. Вона визначає, наскільки країна є надійним і передбачуваним партнером у міжнародних відносинах.

Стабільність державного управління передбачає верховенство права, ефективність уряду, контроль корупції та політичну передбачуваність. Країни з високим рівнем інституційної довіри мають сильніший бренд і привабливіші для інвесторів. Наприклад, Естонія завдяки прозорій та цифровій системі управління здобула міжнародне визнання як стабільна та технологічно розвинена держава.

Зовнішня політика та дипломатія репрезентується участю у міжнародних організаціях, миротворчих місіях та вирішенні глобальних проблем. Активна зовнішня позиція України щодо ЄС та НАТО дозволяє формувати позитивний імідж як надійного партнера.

М'яка сила (soft power) є здатністю впливати на інші держави через культурну привабливість, цінності та ідеали. Прикладом є культурні програми, освітні обміни та міжнародні презентації, які дозволяють державі формувати стійкі позитивні асоціації без прямого примусу.

Економічна складова державного бренду визначається через економічний розвиток, інвестиційну привабливість, рівень технологічних інновацій та експортний потенціал.

Експортний потенціал (Brand of Origin) формується на основі репутації товарів і послуг країни. Наприклад, німецьке машинобудування чи швейцарські годинники стали міжнародними маркерами якості, що посилюють економічний бренд держави.

Інвестиційна привабливість забезпечується прозорим регулюванням, стабільністю фінансової системи та наявністю кваліфікованої робочої сили.

Дослідження показують, що держави з позитивним інвестиційним образом отримують більшу кількість прямих іноземних інвестицій.

Ще одним ключовим елементом економічної складової є *технічні інновації*, адже країни, які демонструють високі стандарти життя та технологічний прогрес, сприймаються як стабільні й перспективні партнери. Наприклад, цифрова стратегія Естонії підкреслює інноваційність держави, що покращує її міжнародний економічний бренд.

Соціокультурна складова є емоційною основою бренду держави, формує її унікальну ідентичність та привабливість для зовнішньої аудиторії.

Культурна спадщина та мистецтво включають історичні пам'ятки, традиції, музичне та літературне надбання, кінематограф. Активне представлення культурного потенціалу через міжнародні виставки та фестивалі зміцнює позитивний імідж країни.

Люди та ідентичність – ще один ключовий ресурс. Громадяни, які демонструють гостинність, освіченість і творчий потенціал, стають частиною міжнародного сприйняття держави. Освітні та наукові програми обміну, які працюють і в Україні, сприяють формуванню позитивного бренду держави.

Туристична привабливість поєднує природні ландшафти, історичні пам'ятки та інфраструктуру. Туризм часто є першим каналом безпосереднього контакту іноземців із країною, що визначає довгострокові асоціації.

Інформаційно-комунікаційна складова забезпечує цілеспрямоване формування та поширення бренду держави на міжнародній арені.

Публічна дипломатія включає *культурні, освітні, спортивні та гуманітарні ініціативи*, спрямовані на міжнародну громадськість.

Маркетингові інструменти – логотипи, слогани, рекламні кампанії та айдентика – створюють впізнаваний образ держави. Так, кампанія «Ukraine NOW» є прикладом інтегрованого підходу, що об'єднує туристичний, культурний та інвестиційний напрямки.

Медіаобраз та віртуальний бренд допомагають репрезентувати країни у світових ЗМІ та соціальних мережах, управляти інформаційними потоками та кризовими ситуаціями, що критично важливо в умовах глобальної цифровізації.

Отже, складові бренду держави у міжнародних відносинах формують комплексний образ країни, який впливає на її позиції у глобальному просторі. Політична складова визначає стабільність, передбачуваність та дипломатичну привабливість держави, економічна – інвестиційну привабливість, експортний потенціал і технологічний розвиток. Соціокультурна складова забезпечує емоційну ідентичність, культурну привабливість та туристичний потенціал, а інформаційна – цілеспрямовану комунікацію, медіаприсутність і цифровий імідж. Успішний державний бренд виникає на основі поєднання цих компонентів, їх автентичності та узгодженості. Практика таких країн, як Естонія та Україна, демонструє, що інтегрована робота над політичною, економічною, соціокультурною та інформаційною складовими сприяє зміцненню міжнародного авторитету, підвищенню інвестиційної привабливості та формуванню позитивного іміджу серед глобальної спільноти.

3. Особливості та відмінності державного брендингу, корпоративного брендингу та брендингу міжнародних організацій

Як бачимо, поняття брендингу в сучасному світі застосовується не лише до товарів і компаній, а й до держав та міжнародних організацій. Незважаючи на спільну загальну мету – формування позитивного сприйняття та довіри цільової аудиторії – методи, стратегічні підходи та критерії успіху різних видів брендингу суттєво відрізняються. Ці відмінності обумовлені різними цілями, структурами аудиторій, інструментами, що використовуються у формуванні бренду, очікуваними результатами та рівнем гнучкості стратегій.

Державний брендинг – це процес формування цілісного образу країни для міжнародної та внутрішньої аудиторій з метою підвищення її авторитету, інвестиційної та туристичної привабливості, а також підтримку зовнішньополітичних позицій і дипломатичних відносин. Він є складним та

масштабним явищем, що інтегрує політичні, економічні, соціокультурні та комунікаційні компоненти.

Особлива риса державного брендингу полягає в тому, що успіх його реалізації залежить не лише від комунікаційних кампаній, а й від реальних політичних та економічних практик держави. Наприклад, міжнародна кампанія «Incredible India» була започаткована Урядом Індії ще 2002 року і й досі діє як ключовий інструмент туристичного державного брендингу. Кампанія позиціонує Індію як унікальний туристичний напрямок із величезною культурною різноманітністю, історичними пам'ятками, духовними традиціями й природними ландшафтами. Від самого початку вона формувала позитивні асоціації про країну, що сприяло зростанню потоку туристів і значно підсилювало впізнаваність бренду за кордоном.

Сукупність тематичних рекламних меседжів кампанії – від «Atithi Devo Bhava» (гостей слід поважати як богів) до креативної айдентики з окличним знаком у логотипі – робить бренд емоційно багат шаровим і культурно орієнтованим. Завдяки цьому уряд Індії зміг досягти позитивного іміджевого ефекту, у тому числі на міжнародних виставках і туристичних ринках. Сам бренд продовжує еволюціонувати, включаючи активну цифрову присутність і перегляд маркетингової стратегії під сучасні очікування мандрівників.

Корпоративний брендинг спрямований на формування образу компанії, її продуктів або послуг серед споживачів, партнерів і інвесторів. Основна мета корпоративного брендингу – підвищення впізнаваності, лояльності клієнтів та конкурентоспроможності на ринку.

На відміну від державного брендингу, корпоративний бренд не інтегрує політичні чи дипломатичні аспекти, а фокусується на ефективності бізнес-комунікацій, ринковому позиціюванні та фінансовому успіху. Такий бренд проектує унікальні цінності компанії через рекламу, PR, соціальні медіа й створення фірмового стилю.

Наприклад, бренд Apple є класичним зразком корпоративного брендингу: через акцент на інноваціях, стильному дизайні продуктів і особливій

корпоративній культурі компанія формує цілісний імідж, який визначає очікування споживачів щодо якості й стильності. Такий підхід забезпечує високий рівень лояльності клієнтів і прямий комерційний ефект, що чітко відрізняє корпоративний бренд від державного.

Брендинг міжнародних організацій. Міжнародні організації (наприклад, ВООЗ, ООН, ЄС, НАТО) також активно застосовують брендингові практики для створення довіри, легітимності та впізнаваності своєї діяльності серед широкої міжнародної аудиторії.

Брендинг міжнародних організацій спрямований на формування образу ефективних, нейтральних і глобально значущих інститутів. Такий бренд має підтримуватися через публічні звіти, міжнародні кампанії, офіційні заходи та постійне інформаційне забезпечення. Під час пандемії COVID-19, наприклад, ВООЗ активно комунікувала через соціальні медіа, прес-релізи та інформаційні кампанії про здоров'я, що посилює її авторитет та підтримку з боку держав-членів і міжнародної громадськості. Для бренду міжнародних організацій характерна залежність від прозорості діяльності та здатності підтримувати об'єктивність і нейтральність – інакше ефективність комунікаційної стратегії суттєво знижується.

Зупинимось детальніше на ***відмінностях між видами брендингу.***

Ключовими цільовими аудиторіями державного брендингу є іноземні уряди, міжнародні інвестори, туристи та широка світова громадськість. Формування державного бренду здійснюється переважно через інструменти публічної дипломатії, культурної політики, міжнародні медіакампанії, національні іміджеві стратегії та туристичне позиціонування. Результатом успішного державного брендингу є зміцнення міжнародного іміджу країни, підвищення її впливу та покращення позицій у системі міжнародних відносин. Водночас гнучкість державного бренду є відносно обмеженою, оскільки його трансформація потребує тривалих стратегічних змін, узгодження між різними державними інституціями та реальних політичних, економічних і соціальних зрушень.

Корпоративний брендинг має іншу логіку та насамперед орієнтований на досягнення комерційних цілей – збільшення продажів, формування лояльності споживачів, підвищення впізнаваності та конкурентоспроможності компанії на ринку. Його основними аудиторіями є споживачі, бізнес-партнери, інвестори та працівники компанії. Інструментарій корпоративного брендингу включає маркетинг, рекламу, зв'язки з громадськістю, комунікації в соціальних мережах та управління репутацією. На відміну від державного брендингу, результати корпоративного брендингу мають безпосередній економічний вимір і оцінюються через фінансові показники, частку ринку, рівень довіри клієнтів та силу бренду. Корпоративний бренд характеризується високою гнучкістю, оскільки компанії здатні швидко адаптувати свої стратегії позиціонування та комунікації відповідно до змін ринку, поведінки споживачів та конкурентного середовища.

Брендинг міжнародних організацій спрямований не на отримання прибутку і не на національний престиж, а на формування довіри, легітимності та підтримки їхньої діяльності в глобальному масштабі. Основними аудиторіями такого брендингу є держави-члени, донори, міжнародні партнери, неурядові організації та світова громадськість. Для цього використовуються міжнародні форуми, офіційні звіти, інформаційні кампанії, освітні ініціативи та стратегічна комунікація через глобальні медіа. Успіх брендингу міжнародних організацій проявляється у зростанні довіри до їхніх рішень, посиленні міжнародного співробітництва та готовності держав підтримувати їхні програми й ініціативи. Водночас гнучкість такого брендингу є помірною, оскільки будь-які стратегічні зміни потребують узгодження між державами-членами та врахування різноманітних політичних інтересів.

Таким чином, попри спільну спрямованість на формування позитивного сприйняття, державний, корпоративний та міжнародний брендинг відрізняються за цілями, аудиторіями, інструментами, результатами та рівнем адаптивності, що зумовлює специфіку їхнього застосування у сучасному глобальному середовищі.

Отже, порівняння державного, корпоративного та міжнародного брендингу показує, що хоча всі три форми спрямовані на формування позитивного

сприйняття, вони мають різні цілі, аудиторії та інструменти. Державний бренд інтегрує широкий спектр політичних, економічних і культурних компонентів, спрямованих на підвищення авторитету та привабливості країни; корпоративний бренд орієнтований на комерційні успіхи та ефективну комунікацію з ринком; тоді як бренд міжнародних організацій будується на засадах довіри, нейтральності та результативності діяльності у глобальному контексті.

4. ПРАКТИЧНІ ЗАНЯТТЯ

Практичне заняття 1. Тема 1. Аналіз ролі інформації у формуванні сучасної системи міжнародних відносин

Мета: ознайомлення з місцем і значенням інформації в сучасній системі міжнародних відносин, ключовими характеристиками еволюційно-інформаційних стадій розвитку цивілізації та їх впливом на формування міжнародного інформаційного простору.

У результаті практичного заняття студенти сформуують знання щодо:

1.1. Місця та значення дисципліни «Міжнародна інформація» у професійній підготовці фахівців-міжнародників та її практичну актуальність для аналізу міжнародних процесів.

1.2. Розуміння ключових характеристик еволюційно-інформаційних стадій розвитку людської цивілізації (доінформаційна, індустріальна, постіндустріальна, цифрова тощо) та їхнього впливу на міжнародні відносини.

1.3. Вміння застосовувати знання про роль інформації для аналізу її використання як стратегічного інструменту впливу та прийняття рішень у міжнародній політиці.

1.4. Розвитку умінь аналізувати та порівнювати вплив різних еволюційних стадій на формування сучасного міжнародного інформаційного простору.

Література: основна – 8, 13, 16, 17, 38; додаткова – 88, 118.

Практичне заняття 2. Тема 2. Дебати щодо соціально-політичних наслідків переходу до інформаційного суспільства

Мета: ознайомлення з основними теоретичними підходами до концепції інформаційного суспільства, його ключовими ознаками та соціально-політичними наслідками переходу до нової інформаційної реальності.

У результаті практичного заняття студенти сформуують знання щодо:

1.1. Основних теоретичних підходів до концепцій інформаційного суспільства та їхніх відмінностей.

1.2. Розуміння ключових ознак інформаційного суспільства та особливостей їх реалізації у різних географічних регіонах.

1.3. Вміння застосовувати отримані знання для критичного аналізу соціальних і політичних викликів, пов'язаних із розвитком інформаційного суспільства, та розробляти можливі шляхи їх мінімізації.

1.4. Розвитку навичок аналізу проблеми «цифрового розриву» як глобального виклику інформаційного суспільства, зокрема його причин та довгострокових наслідків.

Література: основна – 35, 39; додаткова – 65, 66, 74, 82, 86, 91, 111, 115, 116, 123, 128, 131, 138.

Практичне заняття 3. Тема 3. Аналіз загроз та інструментів захисту національної та особистої інформаційної безпеки

Мета: ознайомлення з основними загрозами інформаційній безпеці, міжнародними стандартами її регулювання, а також із системою інститутів та практичними інструментами захисту національної й особистої інформаційної безпеки.

У результаті практичного заняття студенти сформулюють знання щодо:

1.1. Основних міжнародних стандартів, що регулюють сферу інформаційної безпеки, та критеріїв оцінки їх ефективності.

1.2. Розуміння функцій та взаємодії інститутів й інструментів, відповідальних за інформаційну безпеку України в сучасному геополітичному контексті.

1.3. Вміння застосовувати отримані знання для аналізу етичних дилем, пов'язаних із впровадженням систем масового спостереження в інтересах інформаційної безпеки.

1.4. Розвитку навичок розробки та застосування практичних заходів із забезпечення особистої інформаційної безпеки в умовах зростання кіберзагроз.

Література: основна – 4, 12, 14, 18, 27, 28, 29, 31; додаткова – 67, 69, 85, 95, 110, 114, 125, 127, 130.

Практичне заняття 4. Тема 4. Стратегії інформаційного протиборства та правові аспекти застосування інформаційної зброї

Мета: ознайомлення з концепцією інформаційної війни, її еволюцією, основними формами прояву, психологічними механізмами впливу, а також із можливими стратегіями протидії інформаційній агресії.

У результаті практичного заняття студенти сформують знання щодо:

1.1. Основних дефініцій та еволюції поняття інформаційної війни у сучасній науковій думці.

1.2. Розуміння класифікації різних видів інформаційної війни та особливостей їх застосування у сучасних конфліктах.

1.3. Вміння застосовувати отримані знання для аналізу психологічних аспектів інформаційної війни та її впливу на формування громадської думки.

1.4. Розвитку навичок розробки заходів протидії інформаційній агресії на рівні державних органів.

Література: основна – 7, 33, 36, 52; додаткова – 72, 80, 87, 89, 99, 112, 121, 129, 133, 139.

Практичне заняття 5. Тема 5. Розбір кейсів та механізмів протидії маніпулятивному інформаційно-психологічному впливу

Мета: ознайомлення з причинами та механізмами поширення маніпулятивного інформаційно-психологічного впливу в міжнародних відносинах, а також із способами його виявлення та нейтралізації.

У результаті практичного заняття студенти сформують знання щодо:

1.1. Основних причин та обставин, що сприяють ефективному поширенню маніпулювання інформацією на міжнародній арені.

1.2. Розуміння цілей та механізмів інформаційно-психологічного впливу, які застосовуються суб'єктами міжнародних відносин.

1.3. Вміння застосовувати отримані знання для ідентифікації та класифікації основних маніпулятивних прийомів у міжнародних ЗМІ на основі конкретних кейсів.

1.4. Розвитку навичок аналізу та оцінки методів, що використовуються державними структурами для протидії інформаційно-психологічному впливу.

Література: основна – 9, 49, 50, 51; додаткова – 61, 62, 63, 79, 96, 103, 122, 132, 141.

Практичне заняття 6. Тема 6. Оцінювання впливу сучасних технологій на швидкість та обсяги міжнародних інформаційних процесів

Мета: ознайомлення з ключовими технологіями міжнародної інформації, їхньою стратегічною роллю у світовому порядку, а також із впливом штучного інтелекту та проблематикою технологічного суверенітету держав.

У результаті практичного заняття студенти сформулюють знання щодо:

1.1. Основних компонентів сучасних технологій міжнародної інформації та їхніх функціональних характеристик.

1.2. Розуміння стратегічної ролі інформаційних технологій у формуванні та трансформації сучасного світового порядку.

1.3. Вміння застосовувати отримані знання для аналізу впливу технологій штучного інтелекту на процеси збору, обробки та аналізу міжнародної інформації.

1.4. Розвитку навичок оцінювання проблематики технологічного суверенітету держав у контексті їхньої залежності від транснаціональних ІТ-корпорацій.

Література: основна – 21, 24, 32; додаткова – 71, 90, 92, 93, 94, 100, 102, 113, 134, 161.

Практичне заняття 7. Тема 7. Практичні аспекти організації інформаційно-аналітичної роботи для прийняття зовнішньополітичних рішень

Мета: ознайомлення з основними методологіями інформаційно-аналітичної роботи, вимогами до аналітичних документів, специфікою діяльності інформаційно-аналітичних підрозділів та роллю аналітика у процесі прийняття зовнішньополітичних рішень.

У результаті практичного заняття студенти сформують знання щодо:

1.1. Основних методологій інформаційно-аналітичної роботи, зокрема сценарного планування та ігрового моделювання.

1.2. Розуміння вимог до структури та змісту різних типів інформаційно-аналітичних документів (прогнозів, оглядів, довідок), що використовуються у міжнародній сфері.

1.3. Вміння застосовувати отримані знання для аналізу специфіки організації та функціонування інформаційно-аналітичних підрозділів у закордонних установах України та інших держав.

1.4. Розвитку навичок оцінки ролі аналітика у процесі підготовки та прийняття стратегічних зовнішньополітичних рішень.

Література: основна – 3, 6, 10, 15, 25, 30, 37, 42, 53, 58; додаткова – 59, 60, 135.

Практичне заняття 8. Тема 8. Методи моніторингу та аналізу міжнародного інформаційного простору

Мета: ознайомлення з основними завданнями моніторингу міжнародного інформаційного простору, технологічними інструментами його здійснення, методами якісного й кількісного аналізу інформації, а також із проблемами регулювання доступу до міжнародних інформаційних потоків.

У результаті практичного заняття студенти сформують знання щодо:

1.1. Основних пріоритетних завдань, які вирішуються шляхом постійного моніторингу міжнародного інформаційного простору.

1.2. Розуміння можливостей та обмежень програмно-апаратних технологій для моніторингу міжнародної інформації (зокрема систем медіамоніторингу).

1.3. Вміння застосовувати отримані знання для використання базових методик якісного та кількісного аналізу інформаційного простору, включаючи контент-аналіз.

1.4. Розвитку навичок аналізу проблем регулювання доступу до міжнародних інформаційних потоків та питань державної цензури.

Література: основна – 5, 22, 26, 41, 45; додаткова – 68, 78, 84, 98, 107, 124.

Практичне заняття 9. Тема 9. Механізми та стратегії управління інформаційним середовищем

Мета: ознайомлення з основними механізмами та стратегіями управління інформаційним середовищем у міжнародному контексті, а також з інструментами оцінювання та формування ефективного інформаційного впливу.

У результаті практичного заняття студенти сформуують знання щодо:

1.1. Основних стратегій формування та наповнення інформаційного простору якісним і релевантним змістом у міжнародному контексті.

1.2. Розуміння відмінностей та ефективності традиційних і цифрових каналів поширення міжнародної інформації з точки зору охоплення та впливу.

1.3. Вміння застосовувати отримані знання для практичного використання інструментів оцінювання інформаційного середовища та його впливу на цільові аудиторії.

1.4. Розвитку навичок використання сторітеллінгу (storytelling) як інструменту ефективного управління інформаційним наповненням.

Література: основна – 1, 2, 19, 23, 40; додаткова – 81, 105, 117, 126, 140.

Практичне заняття 10. Тема 10. Дослідження функціонування ключових механізмів міжнародної інформації

Мета: ознайомлення з принципами роботи основних механізмів обміну міжнародною інформацією, їхнім застосуванням у світовій політиці, впливом регіональної інтеграції, а також із новими технологічними формами інформаційного обміну.

У результаті практичного заняття студенти сформуують знання щодо:

1.1. Основних принципів функціонування ключових механізмів міжнародної інформації (зокрема міжнародних конференцій та інформаційних угод).

1.2. Розуміння ролі та значення конкретних механізмів міжнародної інформації у досягненні дипломатичних цілей у світовій політиці.

1.3. Вміння застосовувати отримані знання для аналізу впливу регіональних

інтеграційних об'єднань на розвиток інформаційних механізмів.

1.4. Розвитку навичок оцінювання нових механізмів інформаційного обміну, що виникають унаслідок розвитку децентралізованих технологій (зокрема блокчейну)

Література: основна – 43, 54, 57; додаткова – 119, 143, 144, 154, 160, 165, 166, 173.

Практичне заняття 11. Тема 11. Розробка стратегій та принципів здійснення ефективних міжнародних комунікацій

Мета: ознайомлення з роллю стратегічних комунікацій у міжнародних відносинах, принципами роботи з цільовими аудиторіями, підходами до оцінки їх ефективності та механізмами практичної реалізації у сучасному інформаційному просторі.

У результаті практичного заняття студенти сформулюють знання щодо:

1.1. Основної ролі стратегічних комунікацій у формуванні зовнішньополітичного іміджу держави та їхнього місця в системі міжнародних відносин.

1.2. Розуміння особливостей визначення внутрішніх і зовнішніх цільових аудиторій стратегічних комунікацій та принципів адаптації повідомлень до них.

1.3. Вміння застосовувати отримані знання для оцінки успішності стратегічних комунікацій держав у кризових ситуаціях на основі конкретних кейсів.

1.4. Розвитку навичок практичного застосування ключових принципів стратегічних комунікацій у сучасному інформаційному просторі, зокрема з урахуванням міжвідомчої координації.

Література: основна – 11, 20, 34, 49; додаткова – 83, 120.

Практичне заняття 12. Тема 12. Вплив цифрової дипломатії на формування зовнішньополітичних рішень та безпеку

Мета: ознайомлення з роллю цифрової дипломатії у формуванні зовнішньополітичних рішень, її впливом на міжнародну безпеку, особливостями використання соціальних мереж у дипломатії та практичними цифровими інструментами держав.

У результаті практичного заняття студенти сформуують знання щодо:

1.1. Основних аспектів впливу цифрової дипломатії на міжнародну безпеку, включаючи питання кіберстійкості та формування стратегічних наративів.

1.2. Розуміння переваг і недоліків використання соціальних мереж як інструменту дипломатії на прикладі «твітер-дипломатії».

1.3. Вміння застосовувати отримані знання для порівняльного аналізу стратегій цифрової дипломатії провідних держав (зокрема США та КНР).

1.4. Розвитку навичок практичного аналізу використання цифрових інструментів державами для забезпечення конкурентних переваг у глобальному середовищі.

Література: основна – 48; додаткова – 64, 75, 97, 108, 136, 146, 156, 158, 159, 168, 177.

Практичне заняття 13. Тема 13. Роль світових медіаконгломератів як впливових акторів міжнародних відносин

Мета: ознайомлення зі структурою та впливом провідних світових медіаконгломератів, механізмами виробництва міжнародних новин, проблемами медійної об'єктивності та концепцією «медіаімперіалізму» у сучасних міжнародних відносинах.

У результаті практичного заняття студенти сформуують знання щодо:

1.1. Основних характеристик структури, економічної потужності та політичного впливу провідних світових медіаконгломератів.

1.2. Розуміння процесу створення та поширення телевізійних новин міжнародними інформаційними агенціями та факторів, що впливають на їхню упередженість.

1.3. Вміння застосовувати отримані знання для критичного аналізу проблем об'єктивності та незалежності глобальних медіа від власників і державних інтересів.

1.4. Розвитку навичок аналізу концепції «медіаімперіалізму» та її проявів у сучасному міжнародному інформаційному просторі.

Література: основна – 46, 47; додаткова – 104, 142, 145, 147, 150, 151, 153, 162, 164, 171, 174, 175.

Практичне заняття 14. Тема 14. Аналіз феноменів та тенденцій ринку онлайн-медіа та їхній вплив на глобальну політику

Мета: ознайомлення з ключовими форматами, феноменами та тенденціями ринку онлайн-медіа, а також із механізмами їхнього впливу на глобальну політику та міжнародний інформаційний простір.

У результаті практичного заняття студенти сформують знання щодо:

1.1. Основних характеристик та критеріїв оцінки ефективності провідних форматів контенту на ринку онлайн-медіа (відео, подкасти, прямі трансляції).

1.2. Розуміння ключових феноменів онлайн-медіа (зокрема «клікового журналізму» та «інформаційних бульбашок») та їхнього впливу на світову політику й економіку.

1.3. Вміння застосовувати отримані знання для використання мережі Інтернет як інструменту цілеспрямованого формування медійного впливу та мобілізації громадської думки.

1.4. Розвитку навичок аналізу ролі блогерів та інфлюенсерів як нових, нетрадиційних акторів міжнародного інформаційного простору.

Література: основна – 44, 55, 56; додаткова – 73, 76, 77, 137, 148, 149, 155, 157, 169, 170, 172, 176.

Практичне заняття 15. Тема 15. Державний брендинг країн світу.
Модульна контрольна робота

Мета: перевірка рівня засвоєння студентами ключових положень дисципліни «Міжнародна інформація», узагальнення отриманих знань та їх критичне осмислення.

У результаті модульної контрольної роботи студенти сформують знання щодо:

1.1. Основних цілей стратегії формування державного бренду та інструментів, які найчастіше використовуються для просування бренду держави на міжнародній арені.

1.2. Розуміння основних теоретичних положень дисципліни, логіки та взаємозв'язків між ключовими темами курсу.

1.3. Вміння застосовувати отримані знання для виконання аналітичних завдань у межах модульної контрольної роботи.

1.4. Розвиток навичок критичного самоаналізу результатів навчання та аргументованого обговорення підсумків вивчення дисципліни.

Література: основна – 8, 13, 16, 34; додаткова – 70, 101, 106, 109, 152, 163, 167, 178.

5. САМОСТІЙНА РОБОТА СТУДЕНТА

З метою поглиблення знань студентів з дисципліни, отримання досвіду самостійної роботи з науковою літературою пропонується самостійне опрацювання наукової літератури з проблемних питань міжнародних відносин у сфері міжнародної інформації. Від студентів вимагається знання основних проблем та визначень семінарських тем, вільне володіння категоріальним апаратом із дисципліни.

Крім того студенти мають самостійно розглянути завдання призначені для самостійної роботи і на основі цієї інформації вільно відповідати на поставлені питання.

Назва теми заняття та перелік основних питань, винесених на самостійну роботу студентів

Тема 1. Основи міжнародних інформаційних відносин

Основні питання:

1. Які цілі та завдання дисципліни «Міжнародна інформація» визначають її актуальність для підготовки фахівців-міжнародників?
2. Як силабус дисципліни структурує вивчення міжнародних інформаційних відносин?
3. Які основні еволюційно-інформаційні стадії розвитку людської цивілізації виділяються в науці?
4. Як змінювалася роль інформації на різних етапах розвитку людської цивілізації?
5. Які ключові характеристики відрізняють сучасну інформаційну стадію розвитку суспільства від попередніх?
6. Як еволюційно-інформаційні стадії вплинули на формування сучасного міжнародного інформаційного простору?
7. Які функції виконує інформація в системі міжнародних відносин?

8. Як інформація впливає на процес прийняття зовнішньополітичних рішень?
9. Які основні джерела міжнародної інформації використовуються державами у своїй діяльності?
10. Як взаємодіють інформація, влада та безпека в системі міжнародних відносин?

Тема 2. Інформація та інформаційне суспільство

Основні питання:

1. Які ключові ознаки характеризують інформаційне суспільство?
2. Як змінюється роль інформації у суспільстві в умовах цифровізації?
3. Які соціальні, економічні та політичні риси притаманні інформаційному суспільству?
4. Як формувалися та розвивалися основні концепції інформаційного суспільства?
5. Які наукові підходи до розуміння інформаційного суспільства існують у сучасній теорії?
6. Як технологічний розвиток вплинув на становлення концепції інформаційного суспільства?
7. Які основні загрози пов'язані з переходом до інформаційного суспільства?
8. Як цифрова нерівність впливає на розвиток інформаційного суспільства у різних країнах?
9. Які політичні та безпекові виклики створює інформаційне суспільство для держав?
10. Як можна мінімізувати негативні наслідки розвитку інформаційного суспільства?

Тема 3. Інформаційна безпека у міжнародних відносинах

Основні питання:

1. Які міжнародні стандарти регулюють сферу інформаційної безпеки на глобальному рівні?

2. Як міжнародні норми та стандарти впливають на формування національної політики інформаційної безпеки держав?
3. Які основні принципи лежать в основі міжнародного регулювання інформаційної безпеки?
4. Які ключові інститути в Україні відповідають за забезпечення інформаційної безпеки держави?
5. Як взаємодіють між собою державні інститути у сфері інформаційної безпеки України?
6. Які інструменти використовує держава для захисту національного інформаційного простору?
7. Як сучасні геополітичні виклики впливають на систему інформаційної безпеки України?
8. Які основні загрози інформаційній безпеці особистості існують у цифрову епоху?
9. Як людина може захищати свою особисту інформацію в умовах зростання кіберзагроз?
10. Які права та обов'язки громадян пов'язані із забезпеченням особистої інформаційної безпеки?

Тема 4. Теорія інформаційної війни

Основні питання:

1. Як у сучасній науці визначається поняття інформаційної війни?
2. Які ключові ознаки відрізняють інформаційну війну від традиційних форм війни?
3. Як еволюціонувало розуміння інформаційної війни у XX–XXI століттях?
4. Які основні види інформаційної війни виділяють дослідники?
5. Як відрізняються між собою психологічна, кібернетична та когнітивна форми інформаційної війни?
6. Які інструменти найчастіше використовуються у різних видах інформаційної війни?

7. Як співвідносяться поняття «інформаційна війна» та «інформаційне протиборство»?
8. Які основні характеристики інформаційної зброї?
9. Як інформаційна зброя застосовується у сучасних міжнародних конфліктах?
10. Які ризики та наслідки використання інформаційної зброї для міжнародної безпеки?

Тема 5. Маніпулятивні технології інформаційної війни

Основні питання:

1. Як визначається сутність маніпулювання інформацією в сучасних міжнародних відносинах?
2. Які основні особливості відрізняють маніпуляцію від звичайного переконання або інформування?
3. Які головні причини поширення маніпулятивних технологій у сучасному інформаційному просторі?
4. Як здійснюється інформаційно-психологічний вплив на індивіда та масову аудиторію?
5. Які психологічні механізми лежать в основі ефективного інформаційно-психологічного впливу?
6. Як інформаційно-психологічний вплив використовується у міжнародних конфліктах та кризах?
7. Які основні маніпулятивні прийоми найчастіше застосовуються у ЗМІ та соціальних мережах?
8. Як працюють такі маніпулятивні прийоми, як фреймінг, селективна подача фактів та емоційне забарвлення повідомлень?
9. Які ознаки можуть свідчити про наявність маніпуляції в інформаційному повідомленні?
10. Як можна протидіяти маніпулятивним технологіям на індивідуальному та суспільному рівнях?

Тема 6. Технології міжнародної інформації

Основні питання:

1. Які основні компоненти входять до складу технологій міжнародної інформації?
2. Як функціонують технології міжнародної інформації в глобальному інформаційному просторі?
3. Які технічні та організаційні елементи забезпечують ефективність міжнародних інформаційних технологій?
4. Як технології міжнародної інформації впливають на політичні, економічні та безпекові процеси у сучасному світі?
5. Які можливості відкривають технології міжнародної інформації для держав та міжнародних акторів?
6. Як розвиток цифрових технологій змінює характер міжнародних інформаційних процесів?
7. Які основні виклики постають перед державами у сфері міжнародної інформації?
8. Як кіберзагрози та інформаційні атаки впливають на стабільність міжнародного інформаційного середовища?
9. Які ризики для національної та міжнародної безпеки виникають у процесі використання міжнародних інформаційних технологій?
10. Як держави та міжнародні організації можуть мінімізувати ризики у сфері міжнародної інформації?

Тема 7. Інформаційно-аналітична діяльність в міжнародних відносинах

Основні питання:

1. Які основні методологічні підходи застосовуються в інформаційно-аналітичній роботі у сфері міжнародних відносин?
2. Як відрізняються між собою сценарне планування, прогнозування та ігрове моделювання як аналітичні методи?

3. Які етапи включає процес інформаційно-аналітичної роботи від збору даних до формування висновків?
4. Як визначаються цілі та завдання підготовки інформаційно-аналітичних документів у міжнародній сфері?
5. Які вимоги висуваються до структури та змісту аналітичних довідок, оглядів і прогнозів?
6. Як забезпечується об'єктивність, логічність та доказовість у підготовці аналітичних матеріалів?
7. Які основні функції виконують інформаційно-аналітичні підрозділи в закордонних установах України?
8. Як організована взаємодія інформаційно-аналітичних підрозділів із дипломатичними та державними структурами?
9. Які специфічні завдання виконують аналітики у закордонних представництвах?
10. Як інформаційно-аналітична робота впливає на прийняття зовнішньополітичних рішень?

Тема 8. Робота з інформаційними потоками

Основні питання:

1. Які основні цілі переслідує моніторинг інформаційного простору в міжнародних відносинах?
2. Які ключові завдання вирішуються шляхом систематичного моніторингу міжнародного інформаційного середовища?
3. Як моніторинг інформаційного простору допомагає у прийнятті зовнішньополітичних рішень?
4. Які програмно-апаратні технології використовуються для моніторингу інформаційного простору?
5. Як працюють системи медіамоніторингу та які їхні основні функції?
6. Які переваги та обмеження мають сучасні технології моніторингу міжнародної інформації?

7. Які основні методи якісного аналізу інформаційного простору застосовуються у міжнародній сфері?
8. Як здійснюється кількісний аналіз інформаційного простору, зокрема контент-аналіз?
9. Які показники використовуються для оцінки стану та тенденцій розвитку інформаційного простору?
10. Як результати аналізу інформаційного простору можуть бути використані державними структурами?

Тема 9. Формування та наповнення інформаційного простору

Основні питання:

1. Які основні елементи становлять змістовне наповнення сучасного інформаційного простору?
2. Як якість контенту впливає на сприйняття інформаційного простору суспільством?
3. Які критерії дозволяють оцінити релевантність та достовірність інформаційного змісту?
4. Які основні канали поширення міжнародної інформації існують сьогодні?
5. Як відрізняється вплив традиційних і цифрових каналів поширення інформації?
6. Які фактори визначають ефективність каналів комунікації в міжнародному інформаційному просторі?
7. Які інструменти використовуються для оцінювання стану інформаційного середовища?
8. Як можна виміряти рівень інформаційного впливу на цільові аудиторії?
9. Які показники застосовуються для аналізу структури та динаміки інформаційного простору?
10. Як результати оцінювання інформаційного середовища можуть бути використані для формування інформаційної політики?

Тема 10. Механізми міжнародної інформації

Основні питання:

1. Як у науці визначається поняття механізмів міжнародної інформації?
2. Які ключові ознаки характеризують механізми міжнародної інформації?
3. Як механізми міжнародної інформації пов'язані з процесами міжнародної комунікації?
4. Які основні механізми міжнародної інформації виділяються у сучасних міжнародних відносинах?
5. Як функціонують такі механізми, як міжнародні конференції, інформаційні угоди та обмін даними між державами?
6. Які інституційні та технологічні елементи забезпечують роботу механізмів міжнародної інформації?
7. Як механізми міжнародної інформації впливають на прийняття зовнішньополітичних рішень?
8. Які приклади використання механізмів міжнародної інформації у світовій політиці можна навести?
9. Як механізми міжнародної інформації сприяють координації дій держав на міжнародній арені?
10. Які переваги та обмеження мають сучасні механізми міжнародної інформації у світовій політиці?

Тема 11. Стратегічні комунікації як системоутворювальний елемент сучасного інформаційного простору

Основні питання:

1. Які ключові концептуальні засади лежать в основі стратегічних комунікацій?
2. Як стратегічні комунікації відрізняються від традиційних форм комунікацій?
3. Які основні елементи становлять систему стратегічних комунікацій держави?
4. Як стратегічні комунікації функціонують у системі міжнародних відносин?
5. Які завдання виконують стратегічні комунікації у зовнішній політиці держав?

6. Як стратегічні комунікації впливають на формування міжнародного іміджу держави?
7. Які базові принципи здійснення стратегічних комунікацій у сучасному інформаційному просторі?
8. Як принципи прозорості, узгодженості та послідовності реалізуються у стратегічних комунікаціях?
9. Які виклики постають перед державами під час реалізації стратегічних комунікацій?
10. Як міжвідомча координація впливає на ефективність стратегічних комунікацій?

Тема 12. Цифрова дипломатія як інструмент формування зовнішньополітичних рішень та міжнародних інформаційних стратегій держав

Основні питання:

1. Які ключові теоретичні підходи лежать в основі концепції цифрової дипломатії?
2. Як цифрова дипломатія змінює традиційні уявлення про дипломатичну діяльність?
3. Які основні принципи визначають сучасну цифрову дипломатію держав?
4. Які цифрові інструменти найчастіше використовують держави у глобальному конкурентному середовищі?
5. Як соціальні мережі, цифрові платформи та аналітичні системи застосовуються у зовнішній політиці?
6. Які переваги та обмеження мають цифрові інструменти у дипломатичній діяльності?
7. Як цифрова дипломатія впливає на рівень міжнародної безпеки?
8. Які ризики та загрози для держав виникають унаслідок цифровізації дипломатії?

9. Як цифрова дипломатія сприяє формуванню стратегічних наративів держав на міжнародній арені?
10. Які приклади використання цифрової дипломатії демонструють її вплив на міжнародні відносини?

Тема 13. Глобальні медіа як актори міжнародних відносин

Основні питання:

1. Які функції виконують друковані медіа у формуванні міжнародного інформаційного порядку денного?
2. Як змінювалася роль друкованих медіа в міжнародних відносинах упродовж XX–XXI століть?
3. Які фактори впливають на авторитет та вплив міжнародних друкованих медіа?
4. Як відбувалося становлення провідних світових медіаконгломератів?
5. Які економічні та політичні чинники сприяли концентрації медіавласності?
6. Як структура медіаконгломератів впливає на їхню інформаційну політику?
7. Які основні етапи включає процес формування телевізійних новин світовими агенціями?
8. Як відбір, інтерпретація та подача інформації впливають на зміст телевізійних новин?
9. Які критерії новинності використовують міжнародні інформаційні агенції?
10. Як діяльність глобальних медіа впливає на формування міжнародної громадської думки?

Тема 14. Ринок онлайн-медіа: тенденції та феномени

Основні питання:

1. Які провідні формати контенту домінують на сучасному ринку онлайн-медіа?
2. Як відрізняються за впливом відео, подкасти та прямі трансляції як формати онлайн-контенту?
3. Які критерії визначають ефективність різних форматів онлайн-медіа?

4. Які ключові феномени онлайн-медіа (наприклад, «кліковий журналізм», «інформаційні бульбашки») найбільше впливають на суспільство?
5. Як феномени онлайн-медіа змінюють сприйняття політичних та економічних процесів у світі?
6. Які ризики для демократії та публічної дискусії створюють сучасні феномени онлайн-медіа?
7. Які основні способи використовуються для формування медійного впливу в мережі Інтернет?
8. Як соціальні мережі, алгоритми та платформи сприяють мобілізації громадської думки?
9. Які інструменти цифрової комунікації найчастіше застосовуються для цілеспрямованого інформаційного впливу?
10. Як держави, медіа та інфлюенсери використовують Інтернет для просування своїх наративів?

Тема 15. Державний брендинг країн світу

Основні питання:

1. Які основні цілі переслідує стратегія формування державного бренду?
2. Як держава визначає ключові наративи та образи для свого міжнародного бренду?
3. Які етапи включає процес розробки та реалізації стратегії державного брендингу?
4. Які складові формують бренд держави у міжнародних відносинах (культура, політика, економіка, цінності тощо)?
5. Як репутація держави впливає на сприйняття її бренду за кордоном?
6. Які інструменти найчастіше використовуються для просування бренду держави на міжнародній арені?
7. Як відрізняється державний брендинг від корпоративного брендингу за цілями та методами?

8. Які особливості має брендинг міжнародних організацій порівняно з брендингом держав?
9. Як інтереси держави, бізнесу та громадян поєднуються у формуванні національного бренду?
10. Які ризики та виклики виникають під час реалізації стратегії державного брендингу?

6. КОНТРОЛЬНІ ЗАХОДИ

Поточний контроль: опитування за темою заняття, виконання завдань.

Рубіжний календарний контроль: проводиться двічі за семестр, зокрема, на восьмому та чотирнадцятому тижнях у формі атестації. Метою проведення атестації є підвищення якості навчання студентів та моніторинг виконання графіка освітнього процесу студентами.

Критерій	Перша атестація	Друга атестація
Термін атестації	8-ий тиждень	14-ий тиждень
Умовою отримання атестацій є поточний рейтинг	≥ 15 балів	≥ 30 балів

Рубіжний модульний контроль: виконання модульної контрольної роботи (МКР) у формі тестових завдань, що відображають зміст всієї дисципліни. Приклад тестових завдань представлено у Додатку А.

Семестровий контроль: екзамен.

Необхідною умовою допуску до екзамену є стартовий рейтинг (rc), що складає 40% від RC, або 40 балів, і відсутність заборгованостей у здобувача з дисципліни. Стартові бали формуються як сума рейтингових балів, отриманих здобувачем за результатами заходів поточного контролю, заохочувальних та штрафних балів. Після оцінювання відповідей здобувача на екзамені (виконання екзаменаційної контрольної роботи) викладач підсумовує стартові бали та бали за екзамен, зводить до рейтингової оцінки та переводить до оцінок за університетською шкалою. Перелік екзаменаційних питань представлено у Додатку Б.

7. ОЦІНЮВАННЯ РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ

При проведенні всіх форм семестрового контролю використовується рейтингова система оцінювання. Рейтинг з дисципліни розраховується за 100-бальною шкалою.

Встановлюються значення рейтингу з дисципліни «Міжнародна інформація», кожному з яких відповідає певна кількість балів, отриманих студентами за всі передбачені форми роботи.

Екзамен є завершальною формою підсумкового контролю. У випадку якісного і своєчасного виконання студентом всіх видів робіт з курсу, екзамен проводиться згідно з рейтинговою системою оцінки якісної й кількісної складової роботи, яка виконана студентом протягом семестру.

Рейтинг студента з дисципліни складається з балів, що він отримує за:

- Участь у практичних заняттях.
- МКР у формі тесту (Додаток А).
- відповідь на екзамені (Додаток Б).

Система рейтингових (вагових) балів та критерії оцінювання:

1. Участь у практичних заняттях

Ваговий бал – 3. Максимальна кількість балів на всіх практичних заняттях дорівнює 42 бали (3 бали * 14 семінарів = 42). Чотири рівні оцінювання:

3 бали – активна участь у проведенні заняття; надання повної і аргументованої, логічно викладеної доповіді, відповіді, висловлення власної позиції з дискусійних питань, слушні доповнення відповідей інших здобувачів та/або повністю правильне вирішення завдань з відповідним обґрунтуванням.

2,5 бали – активна участь у проведенні заняття; надання правильних відповідей або правильне вирішення завдань з незначними неточностями, порушеннями логіки викладення відповіді чи обґрунтування при вирішенні задачі

2 бали – надання відповідей з чисельними значними похибками або вирішення задачі з грубими помилками, вирішення задачі без обґрунтування

0 балів – відсутність відповіді, ухиляння від участі у семінарському занятті.

Критерії оцінювання відповіді студента враховують її повноту і правильність, а також здатність студента: узагальнювати отримані знання, викладати матеріал чітко, логічно, аргументовано.

2. МКР у формі тесту

Ваговий бал – 8.

Чотири рівні оцінювання:

8 балів – правильно виконано всі тестові завдання;

6 балів – правильно виконано 75 % тестових завдань;

5 балів – правильно виконано 60 % тестових завдань;

0 балів – правильно виконано менше 60 % тестових завдань.

3. Відповідь на екзамені

Ваговий бал – 50

Шість рівнів оцінювання:

50 балів – повна відповідь здобувача/здобувачки освіти на три питання екзаменаційного білету (не менше 95% потрібної інформації), опрацьовано матеріали лекцій, базову та додаткову літературу, вільно володіє матеріалом, правильно відповідає на питання, активно підтримує діалог з викладачем, правильно і обґрунтовано приймає необхідні рішення в різних комунікативних ситуаціях;

49-42 бали – повна відповідь (не менше 85% потрібної інформації), в цілому вільно володіє матеріалом, правильно відповідає на питання, підтримує діалог з викладачем, або повна відповідь на три питання екзаменаційного білету з несуттєвими недоліками, які допускає здобувач/здобувачка;

41-37 балів – в цілому повна відповідь (не менше 75% потрібної інформації) або в цілому правильна відповідь на питання, підтримує діалог з викладачем, в цілому правильно і обґрунтовано приймає необхідні рішення в різних

комунікативних ситуаціях з певними недоліками, які допускає здобувач/здобувачка;

36-32 бали – неповна відповідь здобувача/здобувачки (не менше 65% потрібної інформації), опрацьовано матеріали лекцій, базову та додаткову літературу, володіє матеріалом, частково правильно відповідає на питання, діалог з викладачем підтримує частково, в основному засвоєно основний теоретичний матеріал, але допускає неточності;

30-31 бал – неповна відповідь здобувача/здобувачки (не менше 60% потрібної інформації), частково опрацьовано матеріали лекцій, базову та додаткову літературу, частково володіє матеріалом, частково правильно відповідає на питання, дискусію майже не підтримує, частково засвоєно основний теоретичний матеріал, але допускає неточності;

0 балів – відповідь не відповідає вимогам, вказаним вище.

Таблиця відповідності рейтингових балів оцінкам за університетською шкалою

Кількість балів	Оцінка
100-95	Відмінно
94-85	Дуже добре
84-75	Добре
74-65	Задовільно
64-60	Достатньо
Менше 60	Незадовільно
Не виконані умови допуску	Не допущено

8. СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

Основна література

1. Аналітика інформаційного середовища : навч.-метод. рек. та вказівки для самостійної роботи студентів / уклад. Т. М. Костирко. Миколаїв : НУК. 2024. 65 с. URL: <https://rep.nuos.edu.ua/server/api/core/bitstreams/430ad587-b254-4b5e-bd3c-c57a6f4cf33e/content>
2. Афанасьєв І., Новохатько Л., Сінько А. Інформаційно-комунікаційна діяльність та аналітика під час російсько-української війни (на прикладі соціальних мереж). *Communications and Communicative Technologies*. 2023. № 23. С. 156–163. URL: <https://cct.dp.ua/index.php/journal/article/view/237/238>
3. Варенко В. М. Інформаційно-аналітична діяльність : навч. посіб. Київ : Ун-т “Україна”, 2014. 417 с. URL: https://duikt.edu.ua/uploads/l_1438_65304022.pdf
4. Деякі питання захисту інформаційних, електронних комунікаційних, інформаційно-комунікаційних, технологічних систем : Постанова Кабінету Міністрів України від 18.06.2025 № 712. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/712-2025-%D0%BF#Text> (дата звернення: 12.01.2026).
5. Застосування інформаційних технологій та інновацій у воєнній сфері : навч. посіб. / [В. В. Машталір, С. А. Микусь та ін.]. Київ : НУОУ. 2023. 272 с.
6. Захарова І. В., Філіпова Л. Я., Задорожний І. С., Тарасенко Д. А. Основи інформаційно-аналітичної діяльності : навч. посіб. / І. В. Захарова, Л. Я. Філіпова, І. С. Задорожний, Д. А. Тарасенко ; 2-е вид., випр. і допов. Черкаси: Східноєвропейський університет імені Рауфа Аблязова, 2024. 347 с. URL: <https://suem.edu.ua/storage/doc/books/osnovy-informaciyno-analitychno-dialnosti-zaharova2.pdf>
7. Історія інформаційно-психологічного протистояння : підруч. / [Я. М. Жарков, Л. Ф. Компанцева, В. В. Остроухов, В. М. Петрик, М. М. Присяжнюк, Є. Д. Скулиш] ; за заг. ред. д.ю.н., проф., засл. юриста України Є. Д. Скулиша. Київ : Наук.-вид. відділ НА СБ України. 2012. 212 с. URL: <https://viknu.mil.gov.ua/files/books/%D1%96%D1%81%D1%82%D0%BE%D1%80%D1%96%D1%8F%20%D1%96%D0%BD%D1%84%D0%BE%D1%80%D0%BC%D0%B0%D1%86%D1%96%D0%B9%D0%BD%D0%BE-%D0%BF%D1%81%D0%B8%D1%85%D0%BE%D0%BB%D0%BE%D0%B3%D1%96%D1%87%D0%BD%D0%BE%D0%B3%D0%BE%20%D0%BF%D1%80%D0%BE%D1%82%D0%B8%D0%B1%D0%BE%D1%80%D1%81%D1%82%D0%B2%D0%B0.pdf>
8. Карпчук Н. П. Міжнародна інформація та суспільні комунікації : навч. посіб. для студ. закл. вищ. освіти. Луцьк, 2018. 514 с. URL: <https://files01.core.ac.uk/download/pdf/161264749.pdf>
9. Качковська Л., Вознюк Є. Інформаційні маніпуляції в сучасному медіапросторі: механізми та способи протидії. *Медіафорум: аналітика*,

- прогнози, інформаційний менеджмент*. 2025. № 17. С. 140–153. URL: <https://journals.chnu.edu.ua/mediaforum/article/view/1029/1041>
10. Кілієвич О. І. Практикум із підготовки аналітичних документів : навч. посіб. / О. І. Кілієвич, Г. Л. Рябцев, В. В. Тертичка. Київ : “К.І.С”. 2016. 95 с. URL: https://www.ipas.org.ua/images/doc/Library/EducationalMaterials/workshop_analytical_documents.pdf
 11. Конспект лекцій курсу підвищення кваліфікації з питань стратегічних комунікацій (Базовий курс) : конспект лекцій / за заг. ред. О. В. Войтка. Київ : НУОУ. 2025. 171 с.
 12. Конституція України : Закон України від 28.06.1996 № 254к/96-ВР. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/254%D0%BA/96-%D0%B2%D1%80#Text> (дата звернення: 12.01.2026).
 13. Кудрявцева С. П., Колос В. В. Міжнародна інформація : навч. посіб. / С. П. Кудрявцева, В. В. Колос. Київ : Видавн. Дім «Слово», 2005. 400 с.
 14. Левченко О. В. Система забезпечення інформаційної безпеки держави у війсьній сфері: основи побудови та функціонування : монографія / Житомир : Видавець ПП “Свро-Волинь”, 2021. 172 с. URL: <https://sprotyvg7.com.ua/wp-content/uploads/2022/12/inform-bezpeka.pdf>
 15. Методологія інформаційно-аналітичного забезпечення в системі органів військового управління : курс лекцій / [Р. А. Миколайчук, В. М. Чернега, Д. В. Ільїн та ін.]. Київ : НУОУ. 2025. 85 с.
 16. Міжнародна інформація у професійній діяльності : навч. посіб. / В. Ф. Калуга. Київ : НУБіП України, 2020. 188 с. URL: https://nubip.edu.ua/sites/default/files/u362/200390_mi_0.pdf#:~:text=
 17. Міжнародна інформація: терміни і коментарі : навч. посібник / Є. А. Макаренко, М. М. Рижков, О. П. Кучмій, О. М. Фролова. вид. 2-ге, доповн. та переробл. Київ : Центр вільної преси, 2016. 518 с.
 18. Міжнародні стандарти інформаційної безпеки. *Щоденник особистих вражень у вивченні технології*. 2021. URL: https://informationsecuritypalamarchuk.blogspot.com/2021/01/blog-post_13.html
 19. Моніторинг дотримання професійних стандартів в онлайн-медіа України у 2021–2024 роках. *Інститут масової інформації*. URL: <https://imi.org.ua/monitorings>
 20. Моніторинг інформаційного простору як інструмент реалізації стратегічних комунікацій : навч. посіб. ; кол. авторів ; за заг. ред. О. В. Войтка. Київ : НУОУ, 2023. 120 с.
 21. Навчально-методичний посібник з навчальної дисципліни “Міжнародна інформація” (галузі знань 0302 “Міжнародні відносини”; освітньо-кваліфікаційний рівень “Бакалавр”; напрям підготовки 6.030202 “Міжнародне право”) для студентів I курсу денних факультетів / уклад. : М. П. Требін, І. О. Поліщук, Г. Ю. Васильєв та ін. Харків : Нац. ун-т “Юрид. акад. України ім. Ярослава Мудрого”, 2013. 53 с. URL: https://nubip.edu.ua/sites/default/files/u362/navchalniy_posibnik_mizhnarodna_informaciya.pdf

22. Національна безпека та оборонна політика : навч. посіб. / [В. М. Телелим, П. М. Грицай, П. О. Слісар та ін.] ; за заг. ред. М. В. Коваля. Київ : НУОУ. 2024. 320 с.
23. Олтаржевський Д. О. Цифрові комунікації : навч. посіб. із дисципліни «Медіавиробництво: промоція». Київ : ННІЖ КНУ імені Тараса Шевченка. 2023. 120 с. URL: https://www.researchgate.net/publication/369745009_Cifrovi_komunikacii_navcalnij_posibnik_iz_disciplini_Mediavirobnictvo_promocia#fullTextFileContent2
24. Пазюк А. В. Міжнародне інформаційне право: теорія і практика : монографія. Київ. нац. ун-т імені Тараса Шевченка ; Ін-т міжнар. відносин. Дніпропетровськ : «Середняк Т. К.», 2015. 447 с. URL: https://www.iir.edu.ua/sites/default/files/2023-03/%D0%9F%D0%B0%D0%B7%D1%8E%D0%BA_%D0%90_%D0%92_%20%D0%9C%D1%96%D0%B6%D0%BD%D0%B0%D1%80%D0%BE%D0%B4%D0%BD%D0%B5%20%D1%96%D0%BD%D1%84%D0%BE%D1%80%D0%BC%D0%B0%D1%86%D1%96%D0%B9%D0%BD%D0%B5%20%D0%BF%D1%80%D0%B0%D0%B2%D0%BE_%D1%82%D0%B5%D0%BE%D1%80%D1%96%D1%8F%20%D1%96%20%D0%BF%D1%80%D0%B0%D0%BA%D1%82%D0%B8%D0%BA%D0%B0.pdf
25. Про дипломатичну службу : Закон України від 07.06.2018 № 2449-VIII. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2449-19> (дата звернення: 19.01.2026).
26. Про затвердження Порядку функціонування Державної системи онлайн-моніторингу : Постанова Кабінету Міністрів України від 16.02.2024 № 171. База даних "Законодавство України". Верховна Рада України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/go/171-2024-%D0%BF> (дата звернення: 20.01.2026).
27. Про захист інформації в інформаційно-комунікаційних системах : Закон України від 05.07.1994 № 80/94-ВР. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/80/94-%D0%B2%D1%80#Text> (дата звернення: 12.01.2026).
28. Про інформацію : Закон України від 02.10.1992 № 2657-XII. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2657-12> (дата звернення: 12.01.2026).
29. Про національну безпеку України : Закон України від 21.06.2018 № 2469-VIII. Відомості Верховної Ради України. 2018. № 31. Ст. 241. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2469-19#Text> (дата звернення: 12.01.2026).
30. Про Положення про закордонні дипломатичні установи України : Указ Президента України від 15.03.2021 № 99/2021. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/99/2021> (дата звернення: 19.01.2026).
31. Реферативний огляд міжнародних стандартів у сфері інформаційної безпеки групи ISO 27000. Дослідницька служба Верховної Ради України. URL: <https://research.rada.gov.ua/uploads/documents/32611.pdf>
32. Сазонець О. М. Інформаційні системи і технології в управлінні зовнішньоекономічною діяльністю : навч. посіб. / О. М. Сазонець. Київ : «Центр учбової літератури», 2014. 256 с. URL: https://duikt.edu.ua/uploads/l_1482_49363262.pdf

33. Ситник Г. П., Заворітня Г. П., Марутян Р. Р. Інформаційно-комунікаційні технології у сфері національної безпеки : навч. посіб. / за заг. ред. Г. П. Ситника ; ТОВ «Академпрес». Київ, 2024. 176 с. URL: <https://ipacs.knu.ua/pages/dop/391/files/65f0f52a-f696-471d-be4e-dee0305c2e72.pdf>
34. Стратегічні комунікації в міжнародних відносинах : монографія. Київ: Вадекс. 2019. 442 с.
35. Стратегія інформаційної безпеки: затв. Указом Президента України від 28 груд. 2021 р. № 685/2021. URL: <https://www.president.gov.ua/documents/6852021-41069> (дата звернення: 12.01.2026).
36. Сугестивні технології маніпулятивного впливу : навч. посіб. / [В. М. Петрик, М. М. Присяжнюк, Л. Ф. Компанцева, Є. Д. Скулиш, О. Д. Бойко, В. В. Остроухов] ; за заг. ред. Є. Д. Скулиша. 2-ге вид. Київ : ЗАТ «ВІПОЛ», 2011. 248 с. URL: https://duikt.edu.ua/uploads/l_1353_77641912.pdf
37. Титаренко О. Р., Рейтерович І. В. Методика підготовки аналітичних документів на матеріалах аналізу політичних текстів : практикум. Київ : Вид-во НАДУ. 2007. 40 с. URL: https://duikt.edu.ua/uploads/l_72_66517352.pdf
38. Цифрова трансформація суспільства: правові аспекти та сучасні проблеми : монографія, 2-ге вид. / О. Баранов, О. Костенко, М. Дубняк, О. Головка ; ДНУ «Інститут інформації, безпеки і права Національної академії правових наук України». Київ ; Одеса : Фенікс, 2024. 184 с. URL: https://ippi.org.ua/sites/default/files/cifrova_transformaciya_suspilstva_maket_2.pdf
39. Штанько В. І., Бордюгова Т. Г. Інформаційне суспільство: соціально-філософські проблеми становлення : навч. посіб. Харків : ХНУРЕ, 2012. – 172 с. URL: <https://openarchive.nure.ua/server/api/core/bitstreams/dccb4459-8e93-4161-9f4d-cce7eee74a13/content>
40. Якименко Ю. М., Савченко В. А., Легомінова С. В. Системний аналіз інформаційної безпеки: сучасні методи управління : підручник. Київ : Державний університет телекомунікацій. 2022. 308 с. URL: https://duikt.edu.ua/uploads/l_2230_88161692.pdf
41. AI-Powered Media Monitoring Tools Analysis 2026–2034: Unlocking Competitive Opportunities. 2026. URL: <https://www.datainsightsmarket.com/reports/ai-powered-media-monitoring-tools-504739?tab=summary>
42. Convention for the Protection of Individuals with regard to Automatic Processing of Personal Data (ETS № 108). 1981. URL: <https://rm.coe.int/1680078b37> (дата звернення: 19.01.2026).
43. European Parliament. Online information manipulation and information integrity. 2024. URL: [https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/BRIE/2024/762416/EPRS_BRI\(2024\)762416_EN.pdf](https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/BRIE/2024/762416/EPRS_BRI(2024)762416_EN.pdf)
44. Gottfried J. Americans' Social Media Use. *Pew Research Center*. 2024. URL: <https://www.pewresearch.org/internet/2024/01/31/americans-social-media-use/>

45. Hannah Forbes-George. 10 Best Media Monitoring Tools: Your 2026 Complete Guide. 2025. URL: <https://onclusive.com/resources/blog/best-media-monitoring-tools-2026/#:~:text=Media%20monitoring%20tools%20track%20your,fits%20your%20needs%20and%20budget>
46. How Media Impacts Global Political Discourse. URL: <https://www.courseadvisor.asia/advisor/how-media-impacts-global-political-discourse/#:~:text=In%20today's%20interconnected%20world%2C%20traditional,powerful%20force%20in%20global%20politics>
47. How Media Shapes Public Opinion and Influences Policy. URL: <https://polsci.institute/india-democracy-development/media-shapes-public-opinion-influences-policy/>
48. Mohib A. A., Carroll C. Nation branding as a tool to attract foreign direct investments: a case study of Qatar. *Place Branding and Public Diplomacy*. 2024. P. 363–377. URL: <https://link.springer.com/article/10.1057/s41254-024-00326-9>
49. NATO standard AJP-10. Allied Joint Doctrine for strategic communications. March 2023. URL: https://assets.publishing.service.gov.uk/media/6525459d244f8e00138e7343/AJP_10_Strat_Comm_Change_1_web.pdf (дата звернення: 15.01.2026).
50. NATO standard AJP-10.1. Allied Joint Doctrine for information operations. January 2023. URL: https://assets.publishing.service.gov.uk/media/650c03bf52e73c000d9425bb/AJP_10_1_Info_Ops_UK_web.pdf (дата звернення: 15.01.2026).
51. NATO standard AJP-10.3. Allied Joint Doctrine for military public affairs. September 2024. URL: https://mpsotc.army.gr/wp-content/uploads/2025/02/AJP-10.3-Public-Affairs_Ed.1V.1_Sep-24.pdf (дата звернення: 15.01.2026).
52. NATO/EU Synergies Against Information Warfare: a “circulatory institutionalist” model of expert voluntarism / Ed. by M. Senk, N. Hynek. *European Security Review*. 2025. P. 1–23. URL: https://www.researchgate.net/publication/396336736_NATOEU_synergies_against_information_warfare_a_circulatory_institutionalist_model_of_expert_voluntarism
53. Recommendation № R (87) 15 of the Committee of Ministers to member states regulating the use of personal data in the Police Sector. 1987. URL: <https://rm.coe.int/168062dfd4> (дата звернення: 19.01.2026).
54. Samuel-Azran T., Manor I. Empirical support for the Al-Jazeera Effect notion: Al-Jazeera’s Twitter following. *The International Communication Gazette*. 2023. Vol. 85 (5). P. 386–411. URL: <https://www.erutledge.com/wp-content/uploads/2025/01/Samuel-Azran-Manor-2023-Empirical-support-for-the-Al-Jazeera-Effect.-The-international-communication-gazette-855-386%E2%80%93411.pdf>
55. Shearer E., Naseer S., Liedke J., Matsa K. E How Americans Get News on TikTok, X, Facebook and Instagram. *Pew Research Center*. 2024. URL: <https://www.pewresearch.org/journalism/2024/06/12/how-americans-get-news-on-tiktok-x-facebook-and-instagram/>

56. Silver L., Clancy L. In advanced and emerging economies, similar views on how social media affects democracy and society. 2022. URL: <https://www.pewresearch.org/short-reads/2022/12/06/in-advanced-and-emerging-economies-similar-views-on-how-social-media-affects-democracy-and-society/>
57. UNESCO. World trends in freedom of expression and media development: global report 2022/2025. Journalism: Shaping a World at Peace. Paris : UNESCO. 2025. 214 p. URL: <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000396638>
58. Vienna Convention on Diplomatic Relations. 1961. URL: https://legal.un.org/ilc/texts/instruments/english/conventions/9_1_1961.pdf (дата звернення: 19.01.2026).

Допоміжна література

59. Адамовський В., Семенюк-Прибатьє А. Міжнародний досвід організації інформаційно-аналітичної діяльності: тенденції нормативно правової співпраці України та зарубіжних країн. *Науковий вісник Ужгородського Національного Університету*. 2023. № 75. С. 129–136. URL: <https://dspace.uzhnu.edu.ua/server/api/core/bitstreams/6c3ebbf1f-edbf-44a1-9e53-3af097459c18/content>
60. Андрієнко П. П., Сарапін Г. А. Роль інформаційного забезпечення дипломатичної діяльності в умовах глобалізаційних процесів сучасності. *Міжнародні відносини: теоретико-практичні аспекти*. 2021. № 7. С. 8–23. URL: <http://international-relations.knukim.edu.ua/article/view/233210/231998>
61. Анісімович-Шевчук О. Інформаційно-комунікативні впливи у сучасних міжнародних відносинах: теоретичний аспект. *Вісник Львівського університету. Серія філос.-політолог. студії*. 2023. Вип. 49. С. 211–218. URL: http://fps-visnyk.lnu.lviv.ua/archive/49_2023/27.pdf
62. Анісімович-Шевчук О. З. Сучасні інформаційно-психологічні впливи в системі міжнародних відносин у контексті російсько-української війни 2014 – 2022 років. *Гуманітарна експертиза як стратегія формування культури майбутнього*. С. 99–119. (Humanistic expertise as a strategy for developing the future culture : Scientific monograph. Riga, Latvia : “Baltija Publishing”. 2022. 348 p.). URL: <http://baltijapublishing.lv/omp/index.php/bp/catalog/download/276/7545/15720-1?inline=1>
63. Артеменкова О. М., Даценко А. В. Маніпуляція у діловому спілкуванні як інструмент управлінської діяльності. *Інформація та соціум*. 2024. С. 7–8. URL: <https://jias.donnu.edu.ua/article/view/16295/16190>
64. Белоусова Н. Омеляненко В. Підходи України до цифрової та кібердипломатії в геополітиці технологій. *Вісник: Київського національного університету імені Тараса Шевченка*. 2024. 1 (58). С. 28–32. URL: <https://intern.bulletin.knu.ua/uk/article/view/2540/2815>
65. Биков О. М. Інформаційна безпека: сучасні ризики та загрози у сфері зберігання та обміну інформації. *Legal Bulletin*. 2023. № 4 (10). С. 166–174. URL: <https://lbku.krok.edu.ua/index.php/legal-bulletin/article/view/428/369>

66. Білоусов О. С. Розвиток концепцій інформаційного суспільства: від формування теорії постіндустріалізму до сучасності. *Актуальні проблеми політики*. № 49/2013. URL: http://app.nuoua.od.ua/archive/49_2013/9.pdf
67. Білько С. Інституційне забезпечення інформаційної безпеки України. *Economics and national economy management*. 2021. № 3 (82). С. 36–41. URL: <https://journals.nupp.edu.ua/eir/article/view/2361/1832>
68. Боднар І. Р. Проблеми та перспективи інтеграції України до глобального інформаційного простору. *Вісник Львівського торговельно-економічного університету. Економічні науки*. 2021. № 63. С. 90–95. URL: <http://journals-lute.lviv.ua/index.php/visnyk-econom/article/view/960/912>
69. Братах Л. Інформаційна безпека України в умовах дезінформаційного впливу: загрози, виклики, механізми реагування. *Вісник Прикарпатського університету. Серія: Політологія*. 2025. Вип. 21. С. 50–59. URL: <https://journals.pnu.if.ua/index.php/politology/article/view/582/541>
70. Була С., Шуліма О. Сучасний національний бренд України через призму міжнародних рейтингів оцінювання національних брендів. *Вісник Прикарпатського університету. Серія: Політологія*. 2026. Вип. 22. С. 50–57. URL: https://www.researchgate.net/publication/400230719_SUCASNIJ_NACIONALNIJ_BREND_UKRAINI_CEREZ_PRIZMU_MIZNARODNIH_REJTINGIV_OCINU_VANNA_NACIONALNIH_BRENDIV
71. Буряченко О. Сучасні виклики глобальної інформаційної безпеки. *Вісник Львівського університету. Серія філос.-політолог. студії*. 2024. № 55. С. 247–254. URL: http://fps-visnyk.lnu.lviv.ua/archive/55_2024/32.pdf
72. Верхоцева І. Російська інформаційна війна проти України 2014–2024 рр. як предмет наукових студій: концепт «інформаційне насильство». *Образ*. 2024. № 2 (45). С. 26–35. URL: <https://obraz.sumdu.edu.ua/index.php/journal/article/view/13/12>
73. Гаврилюк І. Подкасти в системі українських інтернет-медіа. *Образ*. 2022. Вип. 1 (38). С. 72–79. URL: <https://obraz.sumdu.edu.ua/index.php/journal/article/view/94/102>
74. Галіпчак В. Д. Сучасні виклики та стратегії забезпечення інформаційної безпеки України в умовах російської агресії: перспективи та завдання. *Регіональні студії*. 2023. С. 65–69. URL: <http://www.regionalstudies.uzhnu.uz.ua/archive/35/10.pdf>
75. Голобородько О. Г. Використання цифрової культурної дипломатії для просування національних інтересів у глобальному інформаційному просторі. *Економіка та суспільство*. 2024. Вип. 69. С. 1–7. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/5166/5111>
76. Горлатих А. Економічні аспекти функціонування онлайн-медіа: українські та світові тренди. *Інтегровані комунікації*. 2025. № 1 (19). С. 174–180. URL: <https://intcom.kubg.edu.ua/index.php/journal/article/view/394/326>

77. Горська К. Цифровий контент в епоху інтерактивності: переосмислення сприйняття аудиторією та нові можливості для споживання медіа. *Обрії друкарства*. 2025. № 1 (17). С. 18–31. URL: <https://horizons.vpi.kpi.ua/article/view/326021/315882>
78. Даніч В. М. Шевченко С. М. Інформаційний простір. *Review of transport economics and management*. 2022. Is. 8 (24). С. 120–140. URL: <https://pte.ust.edu.ua/article/view/277626/275958>
79. Дащенко Н., Поляна В. Маніпулятивні технології в новинному контенті місцевих вебсайтів. *Соціокомунікаційне середовище: теорія та історія*. 2025. № 1 (47). С. 59–68. URL: <https://obraz.sumdu.edu.ua/index.php/journal/article/view/238/243>
80. Джус О. А. Концептуальні основи ведення інформаційної війни в сучасних умовах збройної агресії РФ проти України. *Політологічний вісник*. 2022. № 88. С. 189–201. URL: <https://zpv.knu.ua/index.php/pb/article/view/140>
81. Досенко А. К. Telegram-канали як платформи для поширення контенту в Україні за часів війни. *Обрії друкарства*. 2023. № 2 (14). С. 54–65. URL: <https://horizons.vpi.kpi.ua/article/view/295207/288511>
82. Дрозд О. Ю. Розвиток інформаційного суспільства: виклики державної інформаційної політики. *Юридичний науковий електронний журнал*. № 1/2025. URL: http://lsej.org.ua/1_2025/133.pdf
83. Іваницька О. М., Архипова Є. О. Стратегічні комунікації держави та їх складові в умовах гібридних війн. *Національні інтереси України*. 2025. № 4(9). С. 780–789. URL: <https://perspectives.pp.ua/index.php/niu/article/view/22483> URL:
84. Кацалап В. О., Прима М. В., Рахімов В. В. Метод моніторингу інформаційного простору воєнної сфери в інтересах забезпечення дій військ (сил). *Modern Information Technologies in the Sphere of Security and Defence*. 2020. № 2 (38). С. 151–156. URL: https://www.researchgate.net/publication/346112549_METOD_MONITORINGU_I_NFORMACIJNOGO_PROSTORU_VOENNOI_SFERI_V_INTERESAH_ZABEZ_PECENNA_DIJ_VIJSK_SIL/citations
85. Квіткін П., Дятлова І., Петрова Л. Інформаційна безпека особистості: теоретико-методологічний аналіз. *Вісник НЮУ імені Ярослава Мудрого. Серія: Філософія, філософія права, політологія, соціологія*. 2021. № 4 (51). URL: <http://fil.nlu.edu.ua/article/view/241998>
86. Килимник І. І. Інформаційне суспільство та інформаційна безпека. Нові виклики та шляхи подолання інформаційних загроз. *Науковий вісник Ужгородського університету: серія: Право*. 2023. Т. 2. Вип. 76. С. 53–57. URL: <http://visnyk-pravo.uzhnu.edu.ua/article/view/281468/275702>
87. Кириченко Ю. В., Сергієнко Т. І., Сластін В. О. Інформаційні війни як інструмент гібридної агресії: український досвід. *Вісник НТТУ «КПІ». Політологія, Соціологія. Право*. 2025. № 1 (65). С. 89–95. URL: <https://visnyk-psp.kpi.ua/article/view/332563/321559>
88. Ковалів І. Р. Історичні етапи інформаційних революцій. *Енциклопедія Сучасної України / редкол. : І. М. Дзюба, А. І. Жуковський, М. Г. Железняк [та*

- ін.] ; НАН України, НТШ. Київ : Ін-т енциклоп. досліджень НАН України, 2011. URL: <https://esu.com.ua/article-12800>
89. Колб О. Г., Пирожик О. В. Щодо змісту поняття «інформаційна зброя» та «інформаційний тероризм» – як джерело посягання на національну безпеку України. *Вісник Пенітенціарної асоціації України*. 2021. № 1 (15). С. 39–48. URL: https://www.researchgate.net/publication/352875440_Sodo_zmistu_ponat_informacijna_zbroja_ta_informacijnij_terorizm_ak_dzerel_posagan_na_nacionalnu_bezpeku_Ukraini
90. Колб С. О., Пирога М. І. Інформаційна безпека: нові виклики та стратегії захисту. *Науковий вісник Ужгородського Національного Університету*. 2025. № 90. С. 437–441. URL: <https://visnyk-juris-uzhnu.com/wp-content/uploads/2025/09/60-2.pdf>
91. Колодко А. І. Основні концепції інформаційного суспільства: зарубіжний та український досвід. *Вісник Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв*. 2015. № 2. С. 17–21. URL: <https://visnik.org.ua/pdf/v2015-05-17-kolodko.pdf>
92. Комеліна О. В., Логвиненко Л. С. Інформаційно-комунікаційні технології як системні інструменти стратегії відбудови інфраструктури України в умовах євроінтеграції. *Економіка і регіон*. 2024. № 4 (95). С. 82–88. URL: <https://journals.nupp.edu.ua/eir/article/view/3610/2978>
93. Корецька В. О., Корецький О. В., Шлянчак С. О. Інформаційні технології як сучасна індустрія в світовій економіці. *Telecommunication Systems and Technologies*. 2022. № 2 (75). URL: <https://tit.dut.edu.ua/index.php/telecommunication/article/view/2418/2299>
94. Король А. Інформаційні технології в системі міжнародних відносин: проблема впровадження. *Мультиверсум. Філософський альманах*. 2015. № 3–4. С. 59–67. URL: https://www.researchgate.net/publication/338998975_Informacijni_tehnologii_v_sistemi_miznarodnih_vidnosin_problema_vprovadzenna
95. Кочубей Л., Некряч А. Державна інформаційна політика України в умовах євроінтеграції. *Публічне управління і політика*. 2025. № 4 (8). С. 89–97. URL: <https://www.researchgate.net/publication/391834174>
96. Кудрявський І. В. Інформаційно-психологічний вплив, його суб'єкти та об'єкти як базові поняття сфери державного управління за напрямком захисту безпеки інформаційного простору. *Наукові інновації та передові технології*. 2024. № 4 (32). С. 94–106. URL: <https://perspectives.pp.ua/index.php/nauka/article/view/10450/10506>
97. Кут М. Цифрова дипломатія Міністерства закордонних справ України: поточний стан і перспективи розвитку. *Економіка та суспільство*. 2025. Вип. 8. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/6892>
98. Ланде Д., Бойченко А. Методика розробки сценаріїв розвитку ситуації на основі аналізу інформаційного простору. *Information Technology and Security*.

2017. Vol. 5. С. 5–12. URL: <https://ela.kpi.ua/server/api/core/bitstreams/1cd90bf3-a74e-468d-b131-6ba0eee05074/content>
99. Ларіончева Н. Сучасні інформаційні війни: на прикладі російсько-українського протистояння. *Політикус*. № 1. 2024. С. 14–20. URL: http://politicus.od.ua/1_2024/4.pdf
100. Лебідь О. В. Цифрові та інформаційні технології в управлінні підприємством: реальність та погляд у майбутнє. *Economy and Society*. 2023. № 55. С. 1–10. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/2840/2764>
101. Левицька І. Національний бренд України в сучасному комунікативному середовищі. *Товари і ринки*. 2025. № 2. (54). С. 83–105. URL: <https://journals.knute.edu.ua/commodities-and-markets/article/view/2305/2178>
102. Лікарчук Н. Інформаційна держава в контексті міжнародної безпеки та глобальної ідентичності: виклики і перспективи. *Міжнародні відносини: теоретико-практичні аспекти*. 2024. № 14. С. 107–121. URL: <http://international-relations.knukim.edu.ua/article/view/319359/310078>
103. Мадрига Т., Бриндальський А. Особливості використання маніпулятивних технологій у президентських виборчих кампаніях. *Вісник Прикарпатського університету. Серія: Політологія*. 2025. № 20. С. 264–271. URL: <https://journals.pnu.if.ua/index.php/politology/article/view/247/242>
104. Малінін В. Транснаціональні медіакорпорації та мультимедійні конгломерати в епоху інформаційного суспільства. *Вісник Львівського університету. Серія Журналістика*. 2025. Вип. 57. С. 106–118. URL: <https://publications.lnu.edu.ua/bulletins/index.php/journalism/article/view/13295/13502>
105. Матвієнків С. М., Шмаленко Ю. І., Кольцов В. М. Національний інформаційний простір України: проблеми та перспективи розвитку. *Актуальні проблеми філософії та соціології*. 2022. № 37. С. 223–227. URL: <https://dspace.onua.edu.ua/server/api/core/bitstreams/9effa974-9a73-4b97-a671-5706d8c93bdb/content>
106. Мельник О. Г., Радченко Я. П. Формування національного бренду України в міжнародній діяльності. *Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку*. 2023. № 2 (9). С. 297–304. URL: <https://science.lpnu.ua/sites/default/files/journal-paper/2023/dec/32731/menedzhment223maket-297-304.pdf>
107. Микитин М. Значення інформаційного простору в контексті національної безпеки держави. *Вісник Прикарпатського університету. Серія: Політологія*. 2024. Вип. 19. С. 129–136. URL: <https://journals.pnu.if.ua/index.php/politology/article/view/189/185>
108. Мірошниченко Т., Федорова Г. Цифрова дипломатія як сучасний комунікаційний інструмент міжнародних відносин. *Грані*. 2022. № 24 (12). С. 58–65. URL: <https://grani.org.ua/index.php/journal/article/view/1730/1701>

109. Нагорняк Т. Л. Публічний імідж України в умовах невизначеності. *Політичне життя*. 2022. № 1. С. 77–86. URL: <https://jpl.donnu.edu.ua/article/view/12038>
110. Ніколаєць Ю. Державна інформаційна політика України в умовах повномасштабного воєнного вторгнення Російської Федерації: суспільно-мобілізаційний потенціал і ефективність. *Political Studies*. 2024. № 1 (7). С. 42–67. URL: <http://pd.ipiend.gov.ua/article/view/305721/297279>
111. Олефір І. В. Генезис інформаційного суспільства. *Вісник Національного технічного університету України «Київський політехнічний інститут»*. *Політологія. Соціологія. Право*. 2018. № 1 (37). С. 23–27. URL: <https://visnyk-psp.kpi.ua/article/view/152832/151928>
112. Пилипчук Р. В. Інформаційна війна. *Енциклопедія Сучасної України* / редкол.: І. М. Дзюба, А. І. Жуковський, М. Г. Железняк [та ін.] ; НАН України, НТШ. Київ : Ін-т енциклоп. досліджень НАН України, 2011, оновл. 2024. URL: <https://esu.com.ua/article-12460>
113. Письменна О. П. Міжнародні інформаційні системи як елементи інформаційного суспільства. *Правничий часопис Донецького національного університету імені Василя Стуса*. 2025. №2. С. 22–29. URL: <https://jpchdnu.donnu.edu.ua/article/view/18925>
114. Подорожна Т. С. Інформаційна безпека людини в системі національної безпеки: виклики та загрози. *Аналітично-порівняльне правознавство*. 2024. №2. С. 500–506. URL: <http://journal-app.uzhnu.edu.ua/article/view/303601/295646>
115. Політанський В. С. Поняття інформаційного суспільства: теоретико-правовий підхід. *Вісник Національної академії правових наук України*. 2017. № 1. С. 77–86. URL: https://visnyk.kh.ua/web/uploads/pdf/ilovepdf_com-77-86.pdf
116. Пушкар О. А. Поняття інформаційного суспільства та інформаційного простору як об'єктів державної інформаційної політики. *Інвестиції: практика та досвід*. № 2 (2025). URL: <https://www.nayka.com.ua/index.php/investplan/article/view/5494>
117. Романишин Ю. Л., Штих А. Т. Інформаційний контент медійних інтернет-ресурсів : аналітичний огляд. *Бібліотекознавство. Документознавство. Інформологія*. 2023. № 3. С. 63–69. URL: https://www.researchgate.net/publication/375905825_Information_Content_of_Media_Internet-Resources_Analytic_Review
118. Сальнікова О. Ф., Архипова Є. О. Силабус навчальної дисципліни «Міжнародна інформація» : навч.-метод. документ. Київ : НТУУ «КПІ імені Ігоря Сікорського», 2025. 15 с.
119. Сальнікова О. Ф., Архипова Є. О., Навроцька Ю. С. Механізми міжнародної інформації в умовах когнітивної війни. *Наукові перспективи*. 2025. № 12 (66). С. 528–538. URL: <https://perspectives.pp.ua/index.php/np/article/view/34429/34405>

120. Сальнікова О. Ф., Навроцька Ю. С. Аналіз нормативно-правового забезпечення у сфері стратегічних комунікацій в Організації Північноатлантичного Договору. *Наукові інновації та передові технології*. 2025. № 11 (51). С. 215–222. URL: <https://perspectives.pp.ua/index.php/nauka/article/view/31468/31434>
121. Серветник В. Інформаційна безпека в умовах гібридної війни: роль держави та громадянського суспільства. *Актуальні питання у сучасній науці*. 2025. № 8 (38). URL: <https://perspectives.pp.ua/index.php/sn/article/view/27705/27667>
122. Сіленко А. О., Пасхіна О. Є. Інформаційно-психологічний вплив на громадську думку. *Ментальне здоров'я*. 2024. № 2. С. 64–69. URL: <https://journals.oneu.od.ua/index.php/mh/article/view/24/22>
123. Сковчиляс-Павлів О. В. Сучасні загрози інформаційній безпеці України в умовах правового режиму воєнного стану. *Юридичний науковий електронний журнал*. 2023. № 9. С. 263–266. URL: http://www.lsej.org.ua/9_2023/65.pdf
124. Смик Д. Д., Бурак Н. Є. Методи та засоби обробки даних в сучасних автоматизованих системах. *Вісник Львівського державного університету безпеки життєдіяльності*. 2025. № 31. С. 41–49. URL: <https://journal.ldubgd.edu.ua/index.php/Visnuk/article/view/2924/2809>
125. Сокіран М. В. Міжнародні стандарти у сфері забезпечення безпеки критичної інформаційної інфраструктури. *Актуальні проблеми вітчизняної юриспруденції*. 2024. № 1. С. 358–362. URL: http://apnl.dnu.in.ua/1_2024/65.pdf
126. Солодка О. М. Інформаційний простір держави як сфера реалізації інформаційного суверенітету. *Інформація і право*. 2020. № 4 (35). С. 39–46. URL: https://ippi.org.ua/sites/default/files/5_19.pdf
127. Спіцина Г., Гуцу С. Легалізація поняття інформаційної безпеки особистості в українському законодавстві. *Пропілеї права та безпеки*. 2023. № 2–3. С. 37–41. URL: <https://nti.khai.edu/ojs/index.php/PLS/article/view/pls.2023.2-3.05/2316>
128. Степаненко В. П. Інформаційне суспільство. *Енциклопедія Сучасної України* / редкол. : І. М. Дзюба, А. І. Жуковський, М. Г. Железняк [та ін.] ; НАН України, НТШ. Київ : Ін-т енциклоп. досліджень НАН України, 2011. URL: <https://esu.com.ua/article-12462>
129. Сушко О. Інформаційна стійкість в умовах глобальних змін. *Kyiv Stratcom Forum*. 2025. URL: https://www.youtube.com/watch?v=oyCs9L_MoNo
130. Терзі О. О. Принципи забезпечення інформаційної безпеки держави: досвід України та зарубіжних країн. *Право та державне управління*. 2024. № 3. С. 51–57. URL: http://www.pdu-journal.kpu.zp.ua/archive/3_2024/9.pdf
131. Тимофєєва Г. В. Філософсько-методологічні підходи до дослідження інформації в контексті змін суспільних парадигм (індустріальне/постіндустріальне суспільство). *Культурологічний альманах*. 2023. № 3. С. 228–236. URL: <https://doi.org/10.31392/cult.alm.2023.3.32>
132. Ушкало К. Взаємозв'язок маніпулятивних технологій та зацікавлених груп у сучасному інформаційному суспільстві у контексті застосування провідних

- положень біхевіоралістичної теорії А. Бентлі. *Вісник Львівського університету. Серія філос.-політолог. студії*. 2023. Вип. 48. С. 307–313. URL: http://fps-visnyk.lnu.lviv.ua/archive/48_2023/38.pdf
133. Харченко І. М., Сапогов С. О., Шамраєва В. М., Новікова Л. В. Основні засоби інформаційного протиборства та інформаційної війни як явища сучасного міжнародного політичного процесу. *Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. Серія: Міжнародні відносини. Економіка. Країнознавство. Туризм*. 2017. Вип. 6. С. 77–81. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/VKhMv_2017_6_14
134. Хаустова В. Є., Решетняк О. І., Хаустов М. М., Зінченко В. А. Аналіз розвитку ІКТ-сфери в Україні за міжнародними індексами та рейтингами. *Бізнес Інформ*. 2022. № 5. С. 40–56. URL: https://www.business-inform.net/export_pdf/business-inform-2022-5_0-pages-40_56.pdf
135. Чепелюк Ю. Інформаційно-аналітична складова діяльності дипломатичних установ. *Український журнал з бібліотекознавства та інформаційних наук*. 2021. Вип. 8. С. 155–162. URL: https://www.researchgate.net/publication/357193512_The_Information_and_Analytical_Component_of_the_Activities_of_Diplomatic_Institutions#fullTextFileContent
136. Чепелюк Ю. Цифрова дипломатія в контексті сучасних інформаційних комунікацій. *Цифрова платформа: інформаційні технології в соціокультурній сфері*. 2021. Т. 4, № 2. С. 250–258. URL: <http://infotech-soccult.knukim.edu.ua/article/view/247492/245039>
137. Чернишова Л. О. Вплив медіаграмотності на соціально-економічну активність громадян країн Європи. *Економіка та суспільство*. 2023. Вип. 52. С. 1–8. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/2558/2477>
138. Шевчук М. О. Сучасні виклики і загрози в сфері інформаційної безпеки держави. *Актуальні проблеми вітчизняної юриспруденції*. 2024. № 6. С. 160–166. URL: http://apnl.dnu.in.ua/6_2024/27.pdf
139. Шептицька Л., Ременяк О., Захарчин Н. Досвід інформаційних війн в історії та сучасності як об'єкт досліджень сучасної науки та освіти. *Проблеми гуманітарних наук : зб. наук. праць Дрогобицького держ. педагог. ун-ту імені Івана Франка. Серія Історія, Спецвипуск*. 2024. С. 35–43. URL: https://www.researchgate.net/publication/381038881_DOSVID_INFORMACIJNIH_VIJN_V_ISTORII_TA_SUCASNOSTI_AK_OB'EKT_DOSLIDZEN_SUCASNOI_NAUKI_TA_OSVITI
140. Шуклін Г. В., Кравченко Б. А., Ковальчук В. А. Методика оцінювання інформаційних загроз в умовах інформаційного протиборства. *Сучасний захист інформації*. 2022. № 4 (52). С. 12–16. URL: <https://journals.dut.edu.ua/index.php/dataprotect/article/view/2659/2553>
141. Шустенко О. Маніпулятивні технології як феномен цифрової дійсності. *Вісник Львівського університету. Серія філос.-політолог. студії*. 2023. Вип. 49. С. 200–204. URL: http://fps-visnyk.lnu.lviv.ua/archive/49_2023/25.pdf

142. Alekseyevych M., Tomaz T. Network Analysis for Media Ownership: A Methodological Proposal. *Media and Communication*. 2025. Vol. 13. P. 1–24. URL: https://www.researchgate.net/publication/395275191_Network_Analysis_for_Media_Ownership_A_Methodological_Proposal
143. Alrached S. The Impact of New Media on Foreign Policy: A Systematic Review of Social Media Algorithms. 2025. P. 1–25. URL: <https://papers.ssrn.com/sol3/Delivery.cfm/5151105.pdf?abstractid=5151105&mirid=1>
144. Chadwick A., Stanyer J. Deception as a Bridging Concept in the Study of Disinformation, Misinformation, and Misperceptions: Toward a Holistic Framework. *Communication Theory*. 2021. P. 1–24. URL: https://www.researchgate.net/publication/356696990_Deception_as_a_Bridging_Concept_in_the_Study_of_Disinformation_Misinformation_and_Misperceptions_Toward_a_Holistic_Framework
145. Galeazzi A., Peruzzi A., Brugnoli E., Delmastro M., Zollo F. Unveiling the hidden agenda: Biases in news reporting and consumption. *PNAS Nexus*. Vol. 3. Issue 11. P. 1–11. URL: <https://academic.oup.com/pnasnexus/article/3/11/pgae474/7831539>
146. Garba M. K. The Impact of Digital Diplomacy on International Relations: A Case Study of Global Leaders' Social Media Use. *International Journal of Intellectual Discourse*. 2025. Vol. 8. Is. 2. P. 126–135. URL: <https://ijidjournal.org/index.php/ijid/article/view/893/686>
147. Garz M., Ots M. Media consolidation and news content quality. *Journal of Communication*. 2025. Vol. 75. Is. 3. P. 195–206. URL: <https://academic.oup.com/joc/article/75/3/195/7978978>
148. Grecu S., Mihailescu B., Vranceanu S. Online Media Bias and Political Participation in EU Member States; Cross-National Perspectives. *Journal. Media*. 2025. № 6 (3). P. 1–30. URL: <https://www.mdpi.com/2673-5172/6/3/155>
149. Herrero J., Erdem H.D., Torres A. Urueña A. Democracy Dysfunctions and Citizens' Digital Agency in Highly Contaminated Digital Information Ecosystems. *Societies*. 2025. № 15 (175). P. 1–20. URL: <https://www.mdpi.com/2075-4698/15/7/175>
150. Iqbal H. The Role of Media in Shaping Public Opinion: An In-depth Analysis. *Liberal Journal of Language & Literature Review*. 2023. № 2. P. 95–102. URL: <https://llrjournal.com/index.php/11/article/view/27/39>
151. Kadhim H. A. The Power of the Media to Influence Public Opinion by Setting the Agenda. *Texas Journal of Multidisciplinary Studies*. 2023. Vol. 24. P. 21–28. URL: <https://zienjournals.com/index.php/tjm/article/view/4371>
152. Korneyev M., Berezhniuk I., Dzhyndzhoian V., Kubakh T., Horb K. Business marketing activities in Ukraine during wartime. *Innovative Marketing*. 2022. Vol. 18. Is. 3. P. 48–56. URL: https://www.researchgate.net/publication/362402574_Business_marketing_activities_in_Ukraine_during_wartime

153. Ling Han. The Rise of Digital Media: Transforming Communication, Culture, and Commerce. *Global Media Journal*. 2024. Vol. 22. №. 72:472. P. 1–3. URL: <https://www.globalmediajournal.com/open-access/the-rise-of-digital-media-transforming-communication-culture-and-commerce.pdf>
154. Liu J. Ruling the Data Flows: Data Cognition in Global Cross-Border Data Flows Governance. *Politics and Governance*. 2025. Vol. 13. P. 1–17. URL: <https://www.cogitatiopress.com/politicsandgovernance/article/view/10460/4595>
155. Mahl D., Kessler S. H., Schäfer M. S., Jobin A., Zeng J., Georgi F. Conspiracy theories and misinformation in digital media: An international expert assessment of challenges, trends, and interventions. *Communications*. 2025. P. 1–26. URL: <https://www.degruyterbrill.com/document/doi/10.1515/commun-2024-0123/html?srsId=AfmBOooRnRITv7LGg0Q73eY9mz95KzBLZnN7>
156. Maina C. Challenges and Opportunities of Digital Diplomacy and Cyberwarfare in Kenya. *Journal of International Relations*. 2024. Vol. 4. Is. 1, 3. P. 46–56. URL: <https://iprjb.org/journals/JIR/article/view/2350/2730>
157. Manic M. Short-form video content and consumer engagement in digital landscapes. *Bulletin of the Transilvania University of Braşov*. 2024. Vol. 17 (66). №1. P. 45–51. URL: https://www.researchgate.net/publication/382232350_Short-Form_Video_Content_and_Consumer_Engagement_in_Digital_Landscapes
158. Mekaj G. Digital Diplomacy: Challenges and Opportunities. *Path of Science*. 2025. Vol. 11. № 7. P. 6001–6006. URL: https://www.ssoar.info/ssoar/bitstream/handle/document/104502/ssoar-pos-2025-7-mekaj-Digital_Diplomacy_Challenges_and_Opportunities.pdf?sequence=1
159. Melati D. Implementation of Digital Governance in improving cyber security in Indonesia. *Journal of Law, Social and Strategic Humanities*. 2025. Vol. 2. P. 379–390. URL: <https://myjournal.or.id/index.php/JLSSH/article/view/347/331>
160. Morse J. C., Pratt T. Information Disorder and Global Politics. 2025. № 79 (S1). P. 26–43. URL: https://www.researchgate.net/publication/397800660_Information_Disorder_and_Global_Politics
161. Obiorah C. A. et al. Next-Generation Information Management Systems: Trends and Innovations. *International Journal of Business & Law Research*. 2025. Vol. 13 (2). P. 25–37. URL: https://www.researchgate.net/publication/390932138_Next-Generation_Information_Management_Systems_Trends_and_Innovations
162. Okechukwu C. Media Influence on Public Opinion and Political Decision-Making. *International Journal of Political Science Studies*. 2024. Vol. 1. Is. 1. P. 13–24. URL: <https://forthworthjournals.org/journals/index.php/IJPSS/article/view/17?captcha>
163. Papaioannou K. Cultural Diplomacy and Nation Branding in Modern Competitive International Environment. *European Journal of Humanities and Social Sciences*. 2022. Vol. 2. Is. 5. P. 45–49. URL: <https://eu-opensci.org/index.php/ejsocial/article/view/18302/4500>
164. Parrilla Guix R., Pérez-Altable L., Rodríguez-Martínez R., Mauri-Ríos M. Media Ownership and Transparency in Spain: An Analysis of Ownership Patterns and

- Regulatory Challenges. *Communication & Society*. 2025. № 38 (1), P. 464–484. URL: https://www.researchgate.net/publication/392749783_Media_Ownership_and_Transparency_in_Spain_An_Analysis_of_Ownership_Patterns_and_Regulatory_Challenges
165. Qiu Y., Hu Z. Progress and recommendations in data ethics governance: a transnational analysis based on data ethics frameworks. *Humanities and Social Sciences Communications*. 2025. P. 1–12. URL: https://www.researchgate.net/publication/394790359_Progress_and_recommendations_in_data_ethics_governance_a_transnational_analysis_based_on_data_ethics_frameworks
 166. Roberts H., Hine E., Taddeo M., Floridi L. Global AI governance: barriers and pathways forward. *International Affairs*. 2024. P. 1–14. URL: https://www.researchgate.net/publication/379662810_Global_AI_governance_barriers_and_pathways_forward
 167. Sharanya R., Nair S., Thota V. K. A Study on the Role of Digital Marketing in Nation Branding: Insights from ‘Incredible India. *International Journal of Applied Commerce and Strategic Management*. 2025. Vol. 1. Is. 3. P. 153–172. URL: <https://grwsacademicjournal.com/academic/index.php/home/article/view/48/42>
 168. Smith L. Digital Diplomacy: How Social Media Influences International Relations in the 21st Century. *Edu Journal of International Affairs and Research*. 2024. Vol. 3. Is. 2. P. 40–47. URL: <https://edupublications.com/index.php/ejiar/article/view/88/87>
 169. Stiekolshchykova V., Putsyata I., Lavryk O., Marukhovska-Kartunova O., Marukhovskiy O. Modern Approaches to Journalism in the Digital Media Era: the Role of Multimedia Content and Audience Interaction. *Salud Ciencia y Tecnología*. 2024. № 3:653. P. 1–9. URL: https://www.researchgate.net/publication/392855750_Modern_Approaches_to_Journalism_in_the_Digital_Media_Era_the_Role_of_Multimedia_Content_and_Audience_Interaction
 170. Surjatmodjo D., Unde A., Cangara H., Sonni A. Information Pandemic: A Critical Review of Disinformation Spread on Social Media and Its Implications for State Resilience. *Social sciences*. 2024. № 13 (418). P. 1–14. URL: <https://www.mdpi.com/2076-0760/13/8/418>
 171. Tahir A., Hasan R. The Influence of the Media in Shaping Public Opinion and How Society Views It. *Jurnal Pengabdian Masyarakat dan Riset Pendidikan*. 2025. Vol. 4. № 1. P. 5517–5528. URL: <https://jerk.in.org/index.php/jerk.in/article/view/2328/1944>
 172. Violot C., Elmas T., Bilogrevic I., Humbert M. Shorts vs. Regular Videos on YouTube: A Comparative Analysis of User Engagement and Content Creation Trends. *Websci*. 2024. P. 1–11. URL: <https://arxiv.org/pdf/2403.00454>
 173. Von Scherenberg F., Hellmeier M., Otto B. Data Sovereignty in Information Systems. *Electronic Markets*. 2024. P. 1–11. URL: <https://link.springer.com/article/10.1007/s12525-024-00693-4>

174. Walaa Abdelrahman Fouda, Obaid A. Al Blooshi. The Influence of Media as a Non-state Actor in International Relations – Syrian and Ukrainian refugees’ crisis – case study. 2025. *MEDAAD*. Vol. (2025). P. 27–34. URL: <https://peninsula-press.ae/Journals/index.php/MEDAAD/article/view/215/396>
175. Yemets V. The Role of Media Diplomacy in Shaping the State’s International Image. *Language. Culture. Politics. International Journal*. 2024. Vol. 1. P. 133–145. URL: <https://lcpijournal.panschelm.edu.pl/index.php/lcpi/article/view/58/58>
176. Zagorulko D. Engaging the Audience: Interactive Features in Ukrainian Online Media. *Current Issues of Mass Communication*. 2024. Is. 35. P. 90–102. URL: <https://cimc.knu.ua/uk/article/view/2585/2338>
177. Zeynalova Sh. The Evolution of Digital Diplomacy: Opportunities and Challenges in the Digital Age. *Polish Journal of science*. 2024. № 79. P. 52–55. URL: <https://zenodo.org/records/14176582>
178. Zou Y. Apple’s Brand Marketing Strategy: A Case Study on Brand Image and Customer Engagement. *Highlights in Business, Economics and Management*. 2023. Vol. 23. P. 712–715. URL: https://www.researchgate.net/publication/377718441_Apple's_Brand_Marketing_Strategy_A_Case_Study_on_Brand_Image_and_Customer_Engagement

9. ДОДАТКИ

Додаток А. Приклади тестових завдань

ТЕСТ

Оберіть один правильний варіант відповіді.

1. Що є головною метою дисципліни «Міжнародна інформація»?

Варіанти відповіді.

- А. Вивчення технічних аспектів інформаційних технологій
- Б. Формування знань про роль інформації у міжнародних відносинах
- В. Підготовка фахівців для роботи у ЗМІ
- Г. Формування навичок аналізу внутрішньої інформаційної політики держав

2. Що належить до еволюційно-інформаційних стадій розвитку людської цивілізації?

Варіанти відповіді.

- А. Аграрна, індустріальна, інформаційна
- Б. Тільки аграрна та індустріальна
- В. Лише інформаційна
- Г. Виключно технологічна

3. Чим є інформація в системі міжнародних відносин?

Варіанти відповіді:

- А. Другорядним елементом
- Б. Стратегічним ресурсом та інструментом впливу
- В. Лише технічним засобом комунікації
- Г. Виключно внутрішньою справою держав

4. Чим насамперед характеризується інформаційне суспільство?

Варіанти відповіді:

- А. Домінуванням сільського господарства
- Б. Провідною роллю знань та інформації
- В. Повною відсутністю традиційних медіа
- Г. Виключно державним контролем над інформацією

5. Під впливом чого сформувались концепції інформаційного суспільства?

Варіанти відповіді:

- А. Лише політичних процесів
- Б. Розвитку інформаційних технологій
- В. Виключно економічних факторів
- Г. Відсутності глобалізації

6. Що є однією з ключових загроз інформаційного суспільства?

Варіанти відповіді:

- А. Повна відсутність інформації
- Б. Цифрова нерівність
- В. Зменшення ролі технологій
- Г. Ліквідація Інтернету

7. На що спрямовані міжнародні стандарти у сфері інформаційної безпеки?

Варіанти відповіді:

- А. Обмеження доступу до інформації
- Б. Забезпечення захисту інформаційних систем
- В. Повну цензуру Інтернету
- Г. Заборону цифрових технологій

8. Що належить до інститутів інформаційної безпеки України?

Варіанти відповіді:

- А. Лише приватні ІТ-компанії
- Б. Державні органи та спецслужби
- В. Виключно міжнародні організації
- Г. Лише медіа

9. Інформаційна безпека особистості передбачає захист...:

Варіанти відповіді:

- А. Лише професійної інформації
- Б. Персональних даних та приватності
- В. Виключно державної таємниці
- Г. Лише фінансової інформації

10. Інформаційна війна – це насамперед:

Варіанти відповіді:

- А. Виключно військові дії
- Б. Цілеспрямований інформаційний вплив на супротивника
- В. Тільки кібернетичні атаки
- Г. Лише пропаганда

11. Що належить до видів інформаційної війни?

Варіанти відповіді:

- А. Психологічна, кібернетична, когнітивна
- Б. Лише фізична
- В. Тільки економічна
- Г. Виключно культурна

12. Для чого використовується інформаційна зброя?

Варіанти відповіді:

- А. Лише технічного захисту
- Б. Впливу на свідомість, рішення та поведінку

- В. Виключно військових операцій
- Г. Забезпечення нейтральності

13. Чим маніпуляція інформацією відрізняється від інформування?

Варіанти відповіді:

- А. Завжди є правдивою
- Б. Приховано впливає на сприйняття
- В. Не має жодної мети
- Г. Є суто нейтральною

14. На що спрямований інформаційно-психологічний вплив?

Варіанти відповіді:

- А. На технічні системи
- Б. На свідомість та емоції людей
- В. Виключно на державні структури
- Г. Тільки на економічні процеси

15. Що належить до основних компонентів технологій міжнародної інформації?

Варіанти відповіді:

- А. Лише апаратні засоби
- Б. Програмні, технічні та організаційні елементи
- В. Виключно соціальні мережі
- Г. Тільки телебачення

16. Що є основним завданням моніторингу інформаційного простору?

Варіанти відповіді:

- А. Повна цензура
- Б. Систематичний збір та аналіз інформації
- В. Лише поширення новин

Г. Заборона доступу до медіа

17. Контент-аналіз є методом...:

Варіанти відповіді:

- А. Лише технічного програмування
- Б. Якісного та кількісного аналізу інформації
- В. Виключно військового планування
- Г. Лише економічного прогнозування

18. На що спрямовані стратегічні комунікації?

Варіанти відповіді:

- А. Лише внутрішню рекламу держави
- Б. Узгоджене донесення ключових наративів
- В. Виключно комерційний маркетинг
- Г. Повну закритість інформації

19.Що використовує цифрова дипломатія?

Варіанти відповіді:

- А. Лише традиційні дипломатичні канали
- Б. Соціальні мережі, цифрові платформи та аналітику
- В. Виключно військові засоби
- Г. Лише друковані медіа

20. На що спрямований державний брендинг?

Варіанти відповіді:

- А. Приховування реального стану держави
- Б. Формування позитивного міжнародного іміджу країни
- В. Виключно комерційний прибуток
- Г. Лише внутрішню пропаганду

ПЕРЕЛІК ПИТАНЬ ДО ЕКЗАМЕНУ

1. Визначити поняття «міжнародна інформація».
2. Розкрити еволюційно-інформаційні стадії розвитку людської цивілізації.
3. Надати ключові характеристики еволюційно-інформаційних стадій розвитку людської цивілізації.
4. Розкрити роль інформації у системі міжнародних відносин.
5. Навести практичний приклад використання інформації як стратегічного інструменту впливу та прийняття рішень у системі міжнародних відносин.
6. Розкрити сутність та основні ознаки інформаційного суспільства.
7. Описати становлення та розвиток концепцій інформаційного суспільства.
8. Порівняти різні теоретичні підходи до концепцій інформаційного суспільства.
9. Розкрити загрози та виклики інформаційного суспільства.
10. Пояснити сутність «цифрового розриву» як основного глобального виклику інформаційного суспільства. Розкрити його причини та довгострокові наслідки.
11. Розкрити основні положення міжнародних стандартів у сфері інформаційної безпеки.
12. Надати характеристику Інститутів й інструментів забезпечення інформаційної безпеки України.
13. Розкрити поняття інформаційної безпеки особистості, визначити загрози та способи її забезпечення.
14. Описати етичні дилеми впровадження систем масового спостереження задля забезпечення інформаційної безпеки.

15. Розкрити практичні заходи щодо забезпечення інформаційної безпеки особистості в умовах зростання кіберзагроз.
16. Розкрити сутність поняття інформаційної війни.
17. Охарактеризувати види інформаційної війни.
18. Розкрити поняття «інформаційне протиборство».
19. Визначити поняття та види інформаційної зброї.
20. Розкрити психологічні аспекти інформаційної війни та її вплив на формування громадської думки.
21. Визначити сутність, особливості та причини маніпулювання інформацією.
22. Розкрити сутність інформаційно-психологічного впливу.
23. Проаналізувати цілі інформаційно-психологічного впливу, що використовуються суб'єктами міжнародних відносин.
24. Розкрити особливості ідентифікації та класифікувати основні маніпулятивні прийоми, що зустрічаються в міжнародних ЗМІ.
25. Навести приклади використання маніпулятивних прийомів.
26. Визначити основні компоненти технологій міжнародної інформації.
27. Розкрити роль технологій міжнародної інформації у сучасному світі.
28. Пояснити виклики та ризики у сфері міжнародної інформації.
29. Розкрити вплив технологій штучного інтелекту на збір, обробку та аналіз міжнародної інформації.
30. Розкрити проблематику технологічного суверенітету держав у контексті залежності від транснаціональних ІТ-корпорацій.
31. Розкрити зміст інформаційно-аналітичної роботи.
32. Визначити етапи та особливості підготовки інформаційно-аналітичних документів.
33. Розкрити сутність та основний зміст інформаційно-аналітичної роботи в закордонних установах.
34. Розкрити вимоги до структури та змісту інформаційно-аналітичних документів (довідок, прогнозів), що використовуються у міжнародній сфері.

35. Розкрити роль аналітика у процесі прийняття стратегічних зовнішньополітичних рішень.
36. Визначити мету та основні завдання моніторингу інформаційного простору.
37. Охарактеризувати програмно-апаратні технології моніторингу інформаційного простору.
38. Визначити сутність та етапи аналізу інформаційного простору.
39. Розкрити особливості змістовного наповнення інформаційного простору.
40. Класифікувати та надати коротку характеристику каналам поширення інформації.
41. Охарактеризувати інструменти оцінювання інформаційного середовища.
42. Розкрити сутність сторітеллінгу як інструменту для ефективного управління інформаційним наповненням.
43. Визначити поняття механізмів міжнародної інформації, навести їх види.
44. Охарактеризувати основні механізми міжнародної інформації.
45. Розкрити роль механізмів міжнародної інформації у світовій політиці.
46. Розкрити підходи до визначення поняття стратегічних комунікацій.
47. Пояснити сутність та значення стратегічних комунікацій в міжнародних відносинах.
48. Розкрити принципи здійснення стратегічних комунікацій в сучасному інформаційному просторі.
49. Розкрити роль стратегічних комунікацій у формуванні зовнішньополітичного іміджу держави.
50. Розкрити підходи до визначення поняття цифрової дипломатії.
51. Описати цифрові інструменти держав у конкурентному глобальному середовищі.
52. Розкрити вплив цифрової дипломатії на міжнародну безпеку та формування стратегічних наративів.
53. Визначити роль і місце друкованих медіа у формуванні денного міжнародного інформаційного порядку.
54. Розкрити історію становлення провідних медіаконгломератів.

55. Визначити елементи процесу формування телевізійних новин світовими агенціями.
56. Розкрити провідні формати контенту на ринку онлайн-медіа.
57. Пояснити феномен онлайн-медіа та їх вплив на світову політику та економіку.
58. Визначити способи використання мережі Інтернет для формування медійного впливу.
59. Назвати та охарактеризувати складові бренду держави у міжнародних відносинах.
60. Визначити особливості та відмінності державного брендінгу, корпоративного брендінгу та брендінгу міжнародних організацій.