

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Одеський національний університет імені І. І. Мечникова
Факультет міжнародних відносин, політології та соціології
Кафедра міжнародних відносин

МІЖНАРОДНІ КОМУНІКАЦІЇ ТА ІНФОРМАЦІЙНИЙ ПРОСТІР

Методичні вказівки

для здобувачів
першого (бакалаврського) рівня вищої освіти
спеціальності 291 «Міжнародні відносини,
суспільні комунікації та регіональні студії»

Одеса
«Астропринт»
2025

УДК 327:004]:007(072)
М580

Укладач

Ганна Вікторівна Грабіна, к. політ. н., доцент кафедри міжнародних відносин, факультету міжнародних відносин, політології та соціології, ОНУ імені І. І. Мечникова

Рецензенти:

Ірина Михайлівна Милосердна, к. політ. н., доцент кафедри політології, факультету міжнародних відносин, політології та соціології, ОНУ імені І. І. Мечникова.

Юлія Іванівна Майстренко, к. політ. н., доцент кафедри міжнародних відносин, факультету міжнародних відносин, політології та соціології, ОНУ імені І. І. Мечникова

Рекомендовано до друку вченою радою факультету міжнародних відносин, політології та соціології Одеського національного університету імені І. І. Мечникова (*протокол № 4 від 20 грудня 2024 року*)

Міжнародні комунікації та інформаційний простір : методичні вказівки для здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти спеціальності 291 «Міжнародні відносини, суспільні комунікації та регіональні студії» / уклад. Г. В. Грабіна. – Одеса : Астропринт, 2025. — 32 с.

Методичні вказівки розраховані на здобувачів спеціальності 291 «Міжнародні відносини, суспільні комунікації та регіональні студії» та були розроблені відповідно до робочої програми та силабусу освітньої програми 291 «Міжнародні відносини, суспільні комунікації та регіональні студії».

УДК 327:004]:007(072)

© Грабіна Г. В., укладання, 2025

ЗМІСТ

Передмова	5
ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ I. Теоретичні аспекти соціальних комунікацій в умовах інформаційного суспільства.	
Тема 1. Теоретичні засади й основні визначення понять «інформація» та «комунікація», встановлення їх взаємозв'язку.....	7
Тема 2. Інформаційна та комунікаційна політики держав, теоретичні аспекти. Основні поняття, предмет та структура міжнародної інформації, міждисциплінарний підхід.....	9
ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ II. Основи міжнародних комунікацій.	
Тема 3. Основні виміри концепції міжнародної комунікації. Теоретичні підходи з дослідження міжнародної комунікації.....	11
Тема 4. Інструменти та технології міжнародних комунікацій.....	13
Тема 5. Зовнішньополітичні комунікативні технології, їх типи та практичне використання. Публічна дипломатія, як основний різновид ЗКТ.....	15
ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ III. Практичні аспекти міжнародних комунікацій.	
Тема 6. Стратегії міжнародного PR.....	17
Тема 7. Медіа-дипломатія: концепції та кейси. Аналіз медіа-дипломатії України.....	19
Тема 8. Етика в міжнародних комунікаціях. Аналітика практичних кейсів.....	21
Тема 9. Використання сучасних цифрових та інформаційних технологій для аналізу даних. Практичне завдання (англійською чи українською мовами) з використанням англійських першоджерел для дискусійного обговорення.....	23

Технічні вимоги та методичні рекомендації з виконання самостійної роботи.....	25
Форми контролю і методи оцінювання	27
Питання для періодичного та поточного контролю	28
Рекомендована література.....	30

Передмова

Метою є опанування здобувачами теоретичних знань та практичних навичок у сфері міжнародних комунікацій та інформаційних систем. Сформувати цілісне впорядковане враження про суть та основні етапи становлення міжнародного інформаційного простору, а також про ключові процеси та тенденції, притаманні глобальній комунікаційній системі; сприяти формуванню навичок послідовного та всебічного аналізу закономірностей і особливостей розвитку світової комунікаційної системи; засвоєнні системних теоретичних і практичних знань з міжнародної інформації та комунікації, методик, прийомів та інструментів глобального аналізу, тенденцій розвитку світового інформаційного простору; розуміння сутності проблем інформаційної безпеки; закласти чітке розуміння місця та ролі України в глобальному інформаційному просторі та ймовірні перспективи щодо зміни її становища.

Завданнями курсу є:

- вивчення сучасного стану і тенденцій глобальних комунікаційних процесів, визначення їх впливу на світову, регіональну і національну політику;
- аналіз впливу ІКТ на розвиток глобального інформаційного суспільства; дослідження та прогнозування проблем міжнародного співтовариства в галузі інформації і комунікації;
- вивчення стратегій і практики міжнародної інформаційної політики; дослідження теорії міжнародної комунікації та їх прикладне застосування; проаналізувати міжнародні медіа-платформи та їх значення у формуванні громадської думки;
- ознайомитися зі стратегіями впливу через глобальні медіа-канали; визначити роль культурних відмінностей у сприйнятті інформації; розвиток навичок міжнародного спілкування та дипломатичної комунікації;
- аналіз впливу інформаційного простору України на політичні аспекти інтеграції країни в світовий інформаційний простір.

У результаті вивчення курсу здобувач вищої освіти повинен

знати:

- природу та механізми міжнародних комунікацій;
- особливості функціонування глобального інформаційного простору;
- міжнародні стандарти та етичні норми комунікації;
- основи роботи з міжнародними медіа та платформами для комунікації;
- вплив соціальних мереж на формування глобального інформаційного простору.

вміти:

- використовувати сучасні інструменти міжнародної комунікації (соціальні мережі, медіа, дипломатичні канали);
- аналізувати інформаційні потоки у міжнародному просторі;
- створювати та адаптувати комунікаційні стратегії для міжнародної аудиторії;
- аналізувати інформаційну політику різних країн та міжнародних організацій;
- вести ефективну ділову комунікацію англійською та іншими іноземними мовами.

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ I. Теоретичні аспекти соціальних комунікацій в умовах інформаційного суспільства.

Тема 1. Теоретичні засади й основні визначення понять «інформація» та «комунікація», встановлення їх взаємозв'язку.

Теоретичні засади понять «комунікація» та «інформація». Визначення поняття «комунікація»: історичний розвиток, сучасні трактування. Визначення поняття «інформація»: філософський, науковий та практичний підходи. Взаємозв'язок між комунікацією та інформацією: теоретичні моделі та практичні приклади. Конкретно-наукові підходи у вивченні інформації: математичний підхід (теорія інформації К. Шеннона); кібернетичний підхід (Н. Вінер); соціальний та комунікативний підходи до інформації. Інформація як ресурс суспільного розвитку. Інформаційні революції та їх вплив на суспільство. Основні етапи інформаційних революцій. Вплив інформаційних революцій на комунікаційні процеси. Функції та роль комунікації в суспільстві. Типи суспільних комунікацій.

Тема практичного заняття «Теоретичні основи розвитку суспільних комунікацій.» (2 год).

1. Взаємозв'язок понять «інформація» й «комунікація».
2. Теоретичні основи розвитку суспільних комунікацій.
3. Інформаційні революції.
4. Комунікативний процес, його складові.
5. Функції й роль комунікації в суспільстві.
6. Типи суспільних комунікацій.

Самостійна робота. Теми рефератів.

1. Роль та основні функції суспільних комунікацій.
2. Комунікативний процес: структура та складові.
3. Цифрова революція та інтернет.
4. Соціокультурні аспекти розвитку комунікацій.

Основні поняття

Інформація — це сукупність відомостей про об'єкти, явища та процеси, котрі передаються за допомогою знакових систем. Інформація є основою для прийняття рішень, вона формує наші переконання та поведінку, заповнюючи прогалини у нашому розумінні світу.

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

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

Досліджуючи комунікацію як явище, виділяють такі складники комунікативного процесу:

Комунікант (адресант, автор, продуцент, джерело) – той, хто ініціює процес комунікації, створює повідомлення, намагається здійснити вплив на комуніката.

Комунікат (адресат, реципієнт, аудиторія) – той, до кого звертається комунікант, чії інтереси, знання, соціально-демографічні характеристики враховує при моделюванні майбутньої комунікативної взаємодії.

Повідомлення кодується, **кодом** виступає мова чи інші символічні знаки (наприклад, жестикуляція чи сигнали). Сутність повідомлення залежить від інтенції комуніканта, тобто наміру поінформувати, наказати, розважити, продемонструвати тощо.

Стратегічні комунікації в міжнародних відносинах розглядаються як інтегровані комунікативні технології, спрямовані на забезпечення міжнародної взаємодії і формування тривалих формальних та неформальних зв'язків між урядовими інститутами, міжнародними акторами, дипломатичними установами і політичними лідерами з метою реалізації політичних, економічних, безпекових, культурних, соціальних і гуманітарних ініціатив і проєктів.

Тема 2. Інформаційна та комунікаційна політики держав, теоретичні аспекти. Основні поняття, предмет та структура міжнародної інформації, міждисциплінарний підхід.

Визначення ключових аспектів інформаційної та комунікаційної політики держав. Зростання значення інформаційних та комунікаційних технологій у міжнародних відносинах та глобалізації. Види інформаційної політики держав. Суб'єкти та об'єкти державної інформаційної політики. Сфери реалізації державної інформаційної політики. Комунікаційна політика держав. Визначення поняття «міжнародна інформація» та її основні складові. Роль міжнародної інформації у сучасних міжнародних відносинах. Типи джерел міжнародної інформації.

Тема практичного заняття «Інформаційний чинник в історії міжнародних відносин та світової політики.» (2 год).

1. Основні чинники міжнародного інформаційного простору.
2. Роль та функції міжнародної інформації в міжнародних відносинах.
3. Типи джерел міжнародної інформації.

Самостійна робота. Теми рефератів.

1. Комунікаційна політика Європейського Союзу.
2. Інформаційна політика України.
3. Види інформаційної політики держав.

Основні поняття

Інформаційна політика — це система заходів, спрямованих на регулювання створення, поширення та використання інформації в межах держави та на міжнародному рівні. Важливість інформаційної політики для досягнення національних цілей, забезпечення національної безпеки, економічного розвитку та формування позитивного іміджу країни. Інформаційна політика сприяє розвитку медіа, захисту інформаційної безпеки та сприяє реалізації державних інтересів через інформаційні канали.

Комунікаційна політика визначає, як країна організовує та контролює всі форми комунікації в межах своєї території та за її межами. Включає не лише державну інформаційну політику, але й взаємодію державних органів з громадськістю, міжнародними партнерами, ЗМІ та іншими учасниками комунікаційного процесу.

Міжнародна інформація — це інформація, яка циркулює між країнами та міжнародними організаціями і має вплив на зовнішню політику, економіку та міжнародні відносини.

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ II. Основи міжнародних комунікацій.

Тема 3. Основні виміри концепції міжнародної комунікації. Теоретичні підходи з дослідження міжнародної комунікації.

Визначення та концепції міжнародних комунікацій. Історія та сучасні тенденції міжнародної комунікації. Завдання, цілі та інструменти здійснення міжнародної комунікації. Особливості діяльності суб'єктів міжнародної комунікації.

Тема практичного заняття «Сутність та значення міжнародних комунікацій.» (2 год).

1. Визначити поняття міжнародні комунікації, особливості та їх основні функції.
2. Обґрунтувати відмінність між міжнародними та міжкультурними комунікаціями.
3. Що таке "глобальний інформаційний простір, і як він впливає на міжнародні відносини.
4. Роль міжурядових організацій (ООН, НАТО, ЄС) у міжнародних комунікаціях.

Самостійна робота.

Теми рефератів.

1. Вплив глобалізації на традиційні підходи до міжнародної комунікації.
2. Історія міжнародної комунікації.
3. Вплив цифрових технологій на дипломатію та міжнародні відносини.
4. Види та рівні міжнародної комунікації: від міжособистісної до міждержавної.

Основні поняття

Міжнародна комунікація – це процес обміну інформацією, ідеями, знаннями та культурою між різними країнами, народами та соціальними групами. Вона охоплює широкий спектр засобів передачі інформації, включаючи ЗМІ, інтернет, міжособистісні комунікації, культурні обміни тощо. Основні концепції міжнародної комунікації включають:

- Глобалізація комунікації: процес інтеграції світових комунікаційних систем, що призводить до зближення культур, економік та політичних систем;

- Культурний імперіалізм: вплив одних культур на інші через комунікаційні канали, що може призводити до втрати культурної ідентичності;
- Медіалізація: роль медіа у формуванні суспільної думки та впливу на міжнародні відносини;
- Інформаційне суспільство: суспільство, в якому інформація та знання стають основним ресурсом розвитку.

Суб'єкти міжнародної комунікації – це держави, міжнародні організації, корпорації, неурядові організації та окремі особи, які беруть участь у процесі міжнародного обміну інформацією.

Цілі міжнародної комунікації:

- Просування мирного співіснування. Забезпечення стабільності та безпеки через взаєморозуміння.
- Економічне співробітництво. Сприяння економічному розвитку через обмін інформацією та знаннями.
- Культурна інтеграція. Збереження та популяризація культурної спадщини.

Засоби масової інформації (ЗМІ, медіа) — платформи і канали, які збирають, обробляють та поширюють інформацію для масових та локальних аудиторій, використовуючи різноманітні технічні засоби. Йдеться про газети, журнали, радіостанції, телеканали, інформаційні служби, онлайн-видання тощо.

Крос-культурна комунікація - це вербальна і невербальна взаємодія представників різних моральних систем, світоглядів, релігій тощо. Крос-культурну комунікацію слід розглядати як сукупність різноманітних форм відносин між індивідами і групами, що належать до різних культур.

Тема 4. Інструменти та технології міжнародних комунікацій.

Роль технологій у зміні традиційних форм комунікації між державами, міжнародними організаціями, компаніями та громадськістю. Зростаюча роль цифрових платформ у міжнародних відносинах. Загальна характеристика цифрових платформ як важливих інструментів у сучасному інформаційному середовищі. Визначення цифрових платформ у контексті міжнародних комунікацій. Види цифрових платформ, що використовуються для міжнародних комунікацій (соціальні мережі, форуми, блоги, месенджери тощо). Опис практичних прикладів використання цифрових платформ для підтримки дипломатії між державами та міжнародними організаціями. Як соціальні мережі сприяють розвитку та підтримці двосторонніх і багатосторонніх дипломатичних зв'язків. Використання цифрових платформ для просування культурних ініціатив і національних брендів.

Тема практичного заняття «Сучасні цифрові інструменти та технології штучного інтелекту у міжнародних комунікаціях.» (2 год).

1. ШІ у створенні контенту та автоматизація комунікацій.
2. Використання інструментів для аналізу міжнародних інформаційних потоків (Google Trends, Social Mention).
3. Кібербезпека у міжнародних комунікаціях, захист інформаційних систем, рекомендації з кібербезпеки.

Самостійна робота. Теми рефератів.

1. Роль Facebook у розвитку міжнародних комунікацій.
2. Використання цифрових платформ для просування культурних ініціатив і національних брендів.
3. Роль Twitter у міжнародній політиці та міжурядових комунікаціях.
4. Види цифрових платформ, що використовуються для міжнародних комунікацій (соціальні мережі, форуми, блоги, месенджери тощо).

Основні поняття

Цифрові технології або діджиталізація — це всі методи, які допомагають створювати, обробляти, зберігати, передавати й отримувати інформацію в електронному форматі. Це електронні інструменти, пристрої та ресурси, що опрацьовують, генерують або зберігають дані.

Соціальна мережа — це онлайн-платформа, де користувачі можуть створювати профілі, встановлювати зв'язки з іншими та обмінюватися інформацією. Основними елементами соціальних мереж є особисті профілі, зв'язки (друзі, підписники, контакти), стрічка новин та можливості спілкування (чати, коментарі, лайки тощо).

Вебфорум або просто Форум — інтернет-ресурс, популярний різновид спілкування в інтернеті. На форумі створюються теми для спілкування, що робить його кращим за чат. Всі, кого цікавить певна інформація, можуть зручно й швидко переглянути її на форумі.

Блог — це веб-сайт, основний вміст якого — записи, що регулярно додаються, зображення або мультимедіа. Для блогів характерні недовгі записи тимчасової значущості. Блоггери — люди, які ведуть блог. Сукупність всіх блогів прийнято називати блогосферою.

Національний бренд розуміють як цілісне символічне уявлення про державу, що склалося у свідомості цільової аудиторії на основі особистого досвіду або в результаті ряду цілеспрямованих інформаційних впливів в контексті реалізації інформаційної стратегії щодо формування в масовій свідомості уявлення про країну. Відповідно, при згадуванні назви держави (бренда країни) відразу ж виникає цілий ланцюг асоціацій стосовно даної країни.

Кібербезпека – це комплекс заходів, спрямованих на захист інформації в комп'ютерних системах і мережах від несанкціонованого доступу, використання, розкриття, порушення цілісності, модифікації або знищення. Якщо фізична безпека спрямована на захист від злочинної діяльності або випадкового пошкодження людей та фізичного майна, то кібербезпека захищає комп'ютерні та серверні системи, програми користувачів та дані, які вони в них зберігають. Кібербезпека може захистити все: від особистої інформації до складних державних систем.

Кіберзахист — здатність запобігати кібератакам. Це вжиття активних заходів для прогнозування кібератак з боку зловмисника та протидії вторгненням. Усі стратегії та тактики кіберзахисту мають спільну мету — запобігати кіберзагрозам, припиняти та реагувати на них.

Тема 5. Зовнішньополітичні комунікативні технології, їх типи та практичне використання. Публічна дипломатія, як основний різновид ЗКТ.

Зовнішньополітичні комунікативні технології, їх типи та практичне використання. Сутність, роль, цілі ЗКТ. Типи зовнішньополітичних комунікативних технологій. Поняття м'якої сили: визначення терміну, що охоплює використання культурних, дипломатичних, ідеологічних та інших немілітарних інструментів для досягнення зовнішньополітичних цілей. Елементи м'якої сили: культура, цінності, міжнародні організації, дипломатія, освітні програми, обмін студентами, гуманітарні ініціативи. Поняття публічної дипломатії: визначення публічної дипломатії як інструменту впливу через комунікацію з громадськістю, міжнародними ЗМІ та громадянським суспільством. Цілі публічної дипломатії. Інструменти публічної дипломатії. Сім «стовпів» публічної дипломатії Карла Росса.

Тема практичного заняття «Характеристика та різновиди зовнішньополітичних комунікативних технологій.» (2 год).

1. Суб'єкти, об'єкти, цілі зовнішньополітичних комунікативних технологій.
2. Типи зовнішньополітичних комунікативних технологій.
3. Визначення поняття, цілі та інструменти публічної дипломатії.
4. Чинники, які впливають на формування й просування іміджу держави.

Самостійна робота. Теми рефератів.

1. Особливості публічної дипломатії США.
2. Історія розвитку публічної дипломатії в Україні.
3. Роль міжнародних обмінів та освітніх програм у зміцненні американського впливу.
4. Особливості публічної дипломатії Китаю.

Основні поняття

Зовнішньополітичні комунікативні технології (ЗКТ) – це системний процес обміну інформаційними потоками на міжнародному рівні, призначений забезпечити формування та підтримання міжнародного політичного іміджу держави й просування її національних інтересів. ЗКТ є невід'ємним компонентом внутрішньої та зовнішньої політики й забезпечують: політичну систему міжнародних відносин, оперативне реагування на зміну ситуації, прогнозування розвитку подій на основі аналізу інформаційних масивів, адекватний вплив на небажані зміни.

Традиційна дипломатія – інформаційно-аналітичну роботу територіальних і функціональних департаментів зовнішньополітичного відомства, дипломатичні заходи в країні перебування.

Інформаційно роз'яснювальна робота – система політичних, суспільних, інформаційних, культурологічних та організаційних заходів, спрямованих на поширення за кордоном інформації про країну, її історію та культуру, основи та сучасний стан внутрішньої й міжнародної політики, місце і роль у світовому співтоваристві.

М'яка сила (англ. soft power — можна перекласти м'яка сила, м'яка влада, м'яка міць) — концепція, розвинена Джозефом Наєм для опису можливості отримати бажане через кооптацію (співробітництво) і привабливість на відміну від «твердої сили», тобто застосування примусових заходів або прямої оплати.

Публічна дипломатія — це урядова діяльність, яка спрямована на просування національних інтересів та національної безпеки через розуміння, інформування і здійснення впливу на зарубіжні аудиторії, а також розширення діалогу з іншими націями. Інформування та розуміння означає поширення інформації про внутрішню та зовнішню політику країни через усі можливі канали комунікації, враховуючи особливості сприйняття та культури цільової аудиторії.

Нова публічна дипломатія (цифрова дипломатія, digital diplomacy) – це спосіб комунікативного впливу на міжнародну ситуацію та зарубіжну аудиторію за допомогою нових технологій (блоги, спеціальні сайти: Facebook, Twitter, YouTube, SMS-розсилка), які просуваються в зарубіжних країнах.

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ III. Практичні аспекти міжнародних комунікацій.

Тема 6. Стратегії міжнародного PR.

Важливість міжнародного PR для держав, компаній та міжнародних організацій. Роль PR у формуванні іміджу на міжнародній арені та досягненні стратегічних цілей. Огляд особливостей міжнародного PR, що зумовлені глобалізацією та культурними відмінностями. Типи стратегій міжнародного PR: іміджева стратегія, антикризова стратегія, інформаційна стратегія, лобістська стратегія, стратегія залучення громадськості (engagement). Інструменти міжнародного PR.

Тема практичного заняття «Міжнародний PR.» (4 год).

1. Визначення та особливості міжнародного PR.
2. Основні різновиди стратегій міжнародного PR.
3. Використання соціальних мереж, контент-маркетингу, SEO-стратегій.
4. Кейси успішних міжнародних PR-кампаній. Аналіз PR-кампаній: дослідження успішних або провальних міжнародних кампаній із висновками (кампанія "Visit Dubai", Dove Real Beauty Campaign, "Share a Coke" (Coca-Cola) та інші).

Самостійна робота. Теми рефератів.

1. Роль міжнародних конференцій, виставок, форумів у просуванні ідей та стратегій PR.
2. Використання телебачення, радіо, онлайн-ЗМІ, соціальних мереж для поширення інформації.
3. Інтерактивні інструменти, такі як онлайн-конкурси, вебінари, відео-стрімінги для залучення уваги до певних ініціатив.
4. Приклади кампаній в Instagram або Twitter для залучення молодіжної аудиторії до міжнародних ініціатив.

Основні поняття

PR (Public Relations – укр. зв'язки з громадськістю) – технології створення і впровадження образу об'єкта (ідеї, персоналії, товару, послуги, організації) в ціннісний ряд соціальної групи, з метою закріплення цього образу як такого, що необхідний в житті.

Міжнародний PR відноситься до PR-діяльності, яка націлена на конкретні країни та/або регіони, окремі народи, він пов'язаний із зовнішньополітичною діяльністю.

Іміджева стратегія – це план дій, який допомагає компанії показати, як вона допомагає суспільству та дбає про довкілля. Мета такої стратегії —

покращити імідж компанії в очах громадськості. Стратегія внутрішніх комунікацій.

Антикризовий PR — низка дій, що допомагають запобігти, підтримати та нейтралізувати наслідки ситуацій, що негативно впливають на репутацію компанії, імідж керівників та команди.

Лобізм (від англ. lobby – кулуари, коридор) – особлива система і практика реалізації інтересів окремих організацій, партій, підприємств, компаній і різноманітних громадських груп, що ґрунтується на цілеспрямованому впливі на законодавчі та виконавчі органи державної влади. На відміну від постійних і легітимних каналів впливу на такі органи (політ. партії, місцеві органи влади тощо), лобізму притаманні певні особливості: по-перше, такий вплив здійснюється з боку законодавчо не оформлених інститутів («групи інтересів», «групи впливу», «групи тиску»); по-друге, відносини, що встановлюються поміж владою та корпорацією (чи іншим інститутом, який чинить тиск), не є постійними та обов'язковими.

Engagement – стратегія, методологія що зосереджена на оцінці ключових сфер взаємодії громадськості і влади як інформування, консультації, залучення громадськості до процесу вироблення політики та прийняття рішень, а також партнерства між обома сторонами.

Тема 7. Медіа-дипломатія: концепції та кейси. Аналіз медіа-дипломатії України.

Визначення поняття медіа-дипломатія та її основних компонентів медіа-дипломатії. Мета та основні цілі медіа-дипломатії. Особливості медіа-дипломатії. Інструменти медіа-дипломатії: традиційні медіа; соціальні мережі; прес-релізи та офіційні заяви; міжнародні події. Функції сучасних ЗМІ у зовнішній політиці держав. Кейси успішної медіа-дипломатії (Global Britain, Brand USA, Belt and Road, Ukraine NOW). Проблеми та виклики медіа-дипломатії (дезінформація та пропаганда, культурні бар'єри, технологічні виклики).

Тема практичного заняття «Концепції та кейси медіа-дипломатії» (4 год).

1. Використання медіа та інформаційних платформ як інструменту для формування міжнародного іміджу.
2. Особливості медіа-дипломатії. Управління інформаційними кризами через медіа.

Практичні аспекти медіа-дипломатії:

1. Аналіз кейсу: дослідження конкретної медіа-кампанії "Ukraine NOW" з акцентом на її сильні та слабкі сторони.
2. Дискусія з практичного завдання: порівняйте інформаційну політику міжнародних медіа (наприклад, BBC, CNN, Al Jazeera та будь яке інше медіа за вибором). Доповіди українською та англійськими мовами.

Самостійна робота. Теми рефератів.

1. Ukraine NOW: медіа-кампанія України для просування національних інтересів.
2. Відмінність між традиційною дипломатією та медіа-дипломатією.
3. Порівняти, як різні країни (наприклад, США, Китай, Україна та ін.) використовують медіа-дипломатію для просування своїх інтересів.
4. Проблеми та виклики медіа-дипломатії в Україні.

Основні поняття

Медіа-дипломатія — це використання засобів масової інформації (ЗМІ) та цифрових комунікацій для впливу на міжнародну аудиторію, формування позитивного іміджу держави, просування її інтересів та політики на глобальній арені. Вона є інструментом "м'якої сили" (soft power), що дозволяє країнам впливати на громадську думку та міжнародні відносини через інформаційні канали.

Наприкінці 70-их рр. – на початку 80-их рр. XX ст. з'явився термін «**теледипломатія**». Першим випадком теледипломатії стало захоплення у

1979 р. ісламськими радикалами персоналу американського посольства в Тегерані. США та Іран за обставин цілковитого розірвання відносин не мали традиційних засобів комунікації, тому телебачення стало єдиним каналом, через який вони вели переговори про звільнення заручників.

Медіа дипломатія як спеціалізована політична PR-технологія виступає в двох головних іпостасях: як процес збору та обробки інформації з метою проведення державою зовнішньополітичного курсу, забезпечення своїй країні гідного місця на міжнародній арені; як напрям інформаційної діяльності, що забезпечує інформаційну підтримку зовнішньої політики.

Прес-реліз - це повідомлення, що містить розповідь про інформаційний привід, який написаний для журналістів. Існує кілька видів прес-релізів: Анонс (розповідає про майбутню подію); Новина (розповідає про подію, що відбулася); Інформаційний прес-реліз (розповідає про подію, яка ще не завершилася).

Прес-конференція є одним із видів публічних заходів, що відбуваються після значущої події задля дачі коментарів приватними або уповноваженими особами чи організаціями щодо їх позиції стосовно відповідних фактів.

Брифінг – короткотривалий виступ учасників певних подій побудований на принципі швидких питань та відповідей. Структурно він складається із представлення залучених офіційних осіб та презентації ними своєї позиції.

Тема 8. Етика в міжнародних комунікаціях. Аналітика практичних кейсів

Визначення важливості етики в міжнародних комунікаціях та зростаюча роль етичних норм і стандартів у глобалізованому світі. Роль етики в міжнародних комунікаціях. Основні принципи етики в міжнародних комунікаціях: прозорість та правдивість; відповідальність; рівність та повага до різноманітності; етичне використання технологій. Етичні стандарти та міжнародні кодекси: кодекс професійної етики журналістів; кодекси PR-спеціалістів; міжнародні етичні стандарти (Декларація ООН про права людини, Європейські стандарти захисту персональних даних (GDPR)). Кейси етичних проблем у міжнародних комунікаціях (скандал із Cambridge Analytica, рекламна кампанія Dolce & Gabbana в Китаї, протидія фейкам під час пандемії COVID-19): опис ситуації, аналіз етичних порушень, висновки.

Тема практичного заняття «Значення ролі етики у міжнародних комунікаціях.» (2 год).

1. Що таке етична комунікація, і чому вона є важливою в міжнародному контексті?
2. Роль дотримання етичних принципів на формування іміджу держави.
3. Вплив культурних відмінностей на сприйняття етичності в комунікаціях.
4. Роль соціальних медіа у змінах стандартів етики у міжнародних комунікаціях.
5. Кейси етичних проблем у міжнародних комунікаціях

Самостійна робота. Теми рефератів.

1. Основні етичні принципи яких повинні дотримуватися в міжнародних комунікаціях.
2. Захист прав людини та етичні принципи.
3. Наслідки порушення етичних принципів.
4. Етика у журналістиці.

Основні поняття

Етика — це система моральних принципів, що визначають поведінку людини або групи у певному контексті. Вона включає в себе вимоги до чесності, справедливості, поваги та відповідальності. У контексті міжнародних комунікацій етика полягає у дотриманні цих принципів під час взаємодії з іншими країнами, культурами та організаціями.

Етичний кодекс - це зведення моральних принципів, норм і правил поведінки особи або групи осіб, об'єднаних спільною метою або спільними рисами (спільна професія, рід занять, сфера діяльності, напрям бізнесу тощо). Етичні кодекси є стандартами, що описують загальну систему цінностей та

етичних норм, яких мають дотримуватися керівники і працівники установ, компаній, підприємства. У кодексах також письмово формулюють етичні принципи відповідальності менеджменту (адміністрації, керівництва) щодо своїх співробітників.

Кодекс етики українського журналіста — документ, що визначає основні морально-етичні орієнтири, яких журналіст має дотримуватися при виконанні своїх професійних обов'язків. сучасна редакція затверджена 12 грудня 2013 року на пленумі Національної спілки журналістів України (НСЖУ). Раніше затверджений рішенням Комітету Незалежної медіа-профспілки України (НМПУ).

Тема 9. Використання сучасних цифрових та інформаційних технологій для аналізу даних. Практичне завдання (англійською чи українською мовами) з використанням англомовних першоджерел для дискусійного обговорення.

Новітні технології (штучний інтелект, блокчейн) що допомагають аналізу даних. Фактчекінг як спосіб аналітики інформаційного простору країн, та його інструментальна база. Big Data та Big Data Engineering. Концепція V5 (Volume, Velocity, Veracity, Valence, Value) у контексті Big Data. Практичне завдання для дискусії: порівняйте інформаційну політику міжнародних медіа (наприклад, BBC, CNN, Al Jazeera та будь яке інше медіа за вибором).

Самостійна робота. Теми рефератів.

1. Використання сучасних цифрових та інформаційних технологій для аналізу даних.
2. Вибір джерела даних. Оберіть набір відкритих даних (наприклад, статистику населення, економічні показники, соціальні тренди тощо). Рекомендовані джерела: Data.gov (США), Our World in Data, Kaggle Datasets, Національні статистичні служби. Провести аналіз проблемного питання (приклад рівень безробіття, рівень довіри населення владі та інше).

Основні поняття

Штучний інтелект (ШІ, AI – Artificial Intelligence) – це галузь комп'ютерних наук, яка займається створенням програм і систем, здатних виконувати завдання, що зазвичай потребують людського інтелекту. Основні характеристики ШІ: навчання та самонавчання – здатність аналізувати дані, знаходити закономірності та покращувати свою ефективність без прямого програмування; обробка природної мови (NLP) – можливість розуміти, інтерпретувати та генерувати людську мову; комп'ютерний зір – розпізнавання та аналіз зображень, відео, об'єктів у просторі; автоматизація рішень – прийняття рішень на основі аналізу даних та логічних висновків.

Блокчейн (Blockchain) – це розподілена база даних (реєстр), яка зберігає інформацію у вигляді зв'язаних блоків. Ця технологія забезпечує прозорість, безпеку та незмінність даних завдяки криптографії та децентралізованій структурі. Блокчейн - одна з найбільш важливих інновацій в сфері технологій, що перевернула уявлення про ефективне управління даними та транзакціями. Він вперше з'явився разом з віртуальною валютою Bitcoin, але

зараз використовується в різних галузях, включаючи фінанси, логістику, медицину та багато інших. Давайте розглянемо, що це за технологія і як вона використовується в криптовалюті.

Фактчекінг (Fact-checking) – це процес перевірки достовірності інформації, фактів, висловлювань або новин, щоб визначити їхню правдивість. Його використовують журналісти, дослідники, аналітики та громадські організації для боротьби з фейками, маніпуляціями та дезінформацією. У світі інформаційних війн, фейкових новин і пропаганди фактчекінг допомагає суспільству отримувати правдиву інформацію, формувати критичне мислення та боротися з дезінформацією.

Big Data (великі дані) – це великі обсяги інформації, які неможливо ефективно обробити традиційними методами через їхній розмір, швидкість надходження та різноманітність. Аналіз великих даних дає змогу організаціям обробляти величезні обсяги даних у реальному часі. Це допомагає швидко ухвалювати рішення, реагувати на зміни на ринку та знаходити нові можливості. Характеристики Big Data можна описати за допомогою так званих “п’яти V” (5V), а саме: Volume (об’єм), Variety (різноманітність), Velocity (швидкість), Veracity (достовірність) та Variability (мінливість).

Технічні вимоги та методичні рекомендації з виконання самостійної роботи.

Самостійна робота здобувача вищої освіти включає підготовку реферату та його публічний захист у рамках лекцій чи практичних занять. Здобувач самостійно обирає тему для дослідження, що сприяє розвитку навичок самостійного аналізу та критичного мислення. Обсяг реферату повинен складати 6-8 сторінок. У процесі виконання самостійної роботи здобувачі вищої освіти розвивають такі компетентності: пошук, підбір та систематизація джерел і наукової літератури; обробка, аналіз та критична оцінка інформації; логічний і послідовний виклад результатів дослідження; формулювання аргументованих висновків; правильне оформлення науково-довідкових матеріалів; навички публічного захисту реферату. За необхідності здобувач вищої освіти може звернутися до викладача за роз'ясненнями щодо написання роботи. Викладач надає методичну підтримку, рекомендації щодо підбору джерел, структури роботи та оформлення матеріалів.

Здобувач вищої освіти повинен самостійно підібрати і систематизувати необхідну літературу для дослідження. Особливу увагу слід приділяти сучасним науковим працям, а також роботам зарубіжних дослідників, що дозволяє порівнювати точки зору вітчизняних і міжнародних експертів. Для оформлення посилань у тексті й прикінцевого «Списку літератури» слід використовувати ДСТУ2015.

Тема реферату має бути висвітлена у контексті сучасних наукових концепцій, доктрин та методологій. Важливо аргументовано та доречно використовувати основні наукові терміни, спираючись на авторитетні джерела та дослідження.

Реферат повинен складатися з трьох основних частин: вступу, основної частини та висновків. У вступі здобувач вищої освіти повинен зазначити тему дослідження, обґрунтувати її актуальність і визначити основні завдання. Основна частина містить виклад матеріалу з обов'язковими посиланнями на

використані джерела інформації. У висновках здобувач формулює власні думки та оцінки, які виникли в процесі дослідження, стосовно певної проблеми.

Розподіл балів, які отримують студенти

Поточний/періодичний контроль									Підсумковий контроль (іспит)	Сума балів	
Змістовий модуль 1		Змістовий модуль 2			Змістовий модуль 3				Індивідуальне самостійне завдання	35	100
T 1	T 2	T 3	T 4	T 5	T 6	T 7	T 8	T 9			
5	5	5	5	5	5	5	5	5	20		

Питання для підсумкового контролю

1. Взаємозв'язок понять «інформація» й «комунікація».
2. Теоретичні основи розвитку суспільних комунікацій.
3. Інформаційні революції.
4. Комунікативний процес, його складові.
5. Функції й роль комунікації в суспільстві.
6. Типи суспільних комунікацій.
7. Інформаційна політика держави.
8. Комунікаційна політика держави.
9. Визначення поняття « міжнародна інформація», та його основних складових.
10. Основні чинники міжнародного інформаційного простору.
11. Роль та функції міжнародної інформації в міжнародних відносинах.
12. Типи джерел міжнародної інформації.
13. Що таке міжнародні комунікації, і які їх основні функції.
14. Роль культурного контексту в міжнародних комунікаціях.
15. Поняття міжнародний PR та його особливості.
16. Функції міжнародного PR .
17. Основні інструменти що використовуються у міжнародному PR.
18. Типи зовнішньополітичних комунікативних технологій.
19. Поняття, цілі та інструменти публічної дипломатії.
20. Вплив цифрових технологій на міжнародні комунікації.
21. Чинники, які впливають на формування й просування іміджу держави.
22. Визначення поняття медіа-дипломатія та її особливостей.
23. Інструменти які використовуються у медіа-дипломатії.

24. Роль міжнародного PR у формуванні іміджу держави.
25. Основні етичні принципи у міжнародних комунікаціях.
26. Способи уникнення етичних конфліктів у міжнародних комунікаціях.
27. Вплив етичних стандартів на репутацію міжнародних організацій.
28. Що таке Big Data, і як вона використовується в міжнародних комунікаціях.
29. Кібербезпека у міжнародних комунікаціях.
30. Характеристика явища «Ефект CNN».
31. Аналіз кейсу: дослідження конкретної медіа-кампанії "Ukraine NOW".
32. Відмінність між міжнародними та міжкультурними комунікаціями.
33. Інформаційні загрози у міжнародній комунікації.
34. Вплив дезінформації на процеси в міжнародній комунікації.
35. Функції сучасних ЗМІ у зовнішній політиці держав.
36. Визначення поняття м'яка сила, та її роль у зовнішній політиці держави.
37. Медіа-тероризм: визначення, зміст та сутність.
38. Поняття «громадські медіа» та його приклади.
39. Інформаційна діяльність світових та регіональних міжнародних організацій.
40. Концепція постіндустріального суспільства Д.Бела.

Рекомендована література

Основна

1. Глобальні тренди міжнародних відносин. Монографія. К.: Вадекс, 2020
2. Запорожець О.Ю. Кризові комунікації у міжнародних відносинах. Навчальний посібник. – Вінниця: ТОВ «Меркьюрі-Поділля», 2018. – 80 с.
3. Іванова Н.С., Публічна дипломатія як ефективний механізм зовнішньої політики держави. Вісник ХНУ імені В. Н. Каразіна. Вип. 32, 2018. С. 122-127. URL: <https://periodicals.karazin.ua/politology/article/view/10929/10534>
4. Карпчук Н. Міжнародна інформація та суспільні комунікації: навч. посіб. Луцьк, 2018. 514 с.
5. Комунікативні тренди міжнародних відносин. Монографія/Макаренко Є.А., Рижков М.М., Піпченко Н.О. та інші. – К.: Центр вільної преси, 2016.
6. Макеєва М.О., Засоби масової інформації як суб'єкти правової комунікації. Юридичний вісник, 2019. 1 (50). С. 30-35.
7. Матяш І., Матвієнко В., Культурна дипломатія: навч. посіб. Київ, 2021. 252 с.
8. Міжнародна інформація: терміни і коментарі: навчальний посібник / Макаренко Є.А., Рижков М.М., Кучмії О.П., Фролова О.М.. – К.: Центр вільної преси, 2017. 534 с.
9. Подгорна В. Цифрові платформи та їхній вплив на політичну сферу. Проблеми політичної психології, 2021. 24(1), 301-309.

Допоміжна

1. Карпчук Н. Засади комунікаційної політики: досвід країн-членів Європейського Союзу: монографія. Луцьк : Вежа-Друк, 2015. 439 с.
2. Квіт С.М. Масові комунікації. Києво-Могилянська академія., 2018., 352 с
3. Макаренко Є. Стратегічні комунікації в міжнародних відносинах. Міжнародні відносини Серія "Політичні науки". 2017. № 15. URL: http://journals.iir.kiev.ua/index.php/pol_n/article/view/3117
4. Макаренко Є. Ожеван М., Європейські комунікації: навч. посіб. Київ, 2006. 535 с.
5. Макаренко Л.П. Стратегічні комунікації як засіб запобігання та протидії інформаційним війнам. Регіональні студії. 2022. №30. С 75-81 URL: https://www.researchgate.net/publication/363174825_STRATEGICNI_KOMUNIKACII_AK_ZASIB_ZAPOBIGANNA_TA_PROTIDIJ_INFORMACIJNIH_VIJNAM_STRATEGIC_COMMUNICATIONS_AS_A_MEANS_OF_PREVENTING_AND_COUNTERING_INFORMATION_WARS
6. Почепцов Г., Чукут С. Інформаційна політика: навч. посіб. Київ, 2008. 663 с.
7. Почепцов Г. Сучасні інформаційні війни: монографія. Київ: Вид. Дім «Києво-Могилянська академія». 2015. 497 с.

8. Розумна О. П., Культурна дипломатія України: стан, проблеми, перспективи: аналітична доповідь. Київ. 2016. 53 с. URL: https://niss.gov.ua/sites/default/files/2016-09/kultu_dysl-26841.pdf
9. Фролова О.М., Мирончук Л.М. Стратегічні комунікації як засіб врегулювання міграційної кризи в ЄС, Політичне життя, 2021, Вип.2
10. Hanson E. A History of International Communication Studies. Oxford Research Encyclopedia of International Studies. – 2017. URL: <https://oxfordre.com/internationalstudies/display/10.1093/acrefore/9780190846626.001.0001/acrefore-9780190846626-e-63?d=%2F10.1093%2Facrefo%2F9780190846626.001.0001%2Facrefo-9780190846626-e-63&p=emailA0JipcBUVoGpg>
11. Nye J.S. Public Diplomacy and Soft Power. The Annals of the American Academy of Political and Social Science. 2008. Vol. 616. pp. 101-102.

Навчальне видання

МІЖНАРОДНІ КОМУНІКАЦІЇ ТА ІНФОРМАЦІЙНИЙ ПРОСТІР

Методичні вказівки

для здобувачів

першого (бакалаврського) рівня вищої освіти
спеціальності 291 «Міжнародні відносини,
суспільні комунікації та регіональні студії»

Укладач

ГРАБІНА Ганна Вікторівна

Надруковано в авторській редакції
з готового оригінал-макета

Завідувачка редакції *Т. М. Забанова*

Формат 60x84/16. Ум. друк. арк. 1,86.
Тираж 100 прим. Зам. № 70.

Видавництво і друкарня «Астропринт»

65091, м. Одеса, вул. Разумовська, 21

Тел.: (0482) 37-14-25, 33-07-17, (048) 7-855-855

e-mail: astro_print@ukr.net; www.astroprint.ua

Свідоцтво суб'єкта видавничої справи ДК № 1373 від 28.05.2003 р.