***Лекція 1. Вступ. Основні поняття міжнародної комунікації та інформації.***

1. Міжнародна інформація: предмет, поняття та структура.

2. Методи і функції міжнародної інформації.

3. Інформація у системі міжнародних відносин.

4. Глобальне інформаційне суспільство. Глобальна інформаційна інфроструктура.

5. Міжнародний інформаційний простір. Міжнародний обмін інформацією.

6. Міжнародна інформаційна політика.

Інформація служить визначальним чинником розвитку міжнародної, економічної, технічної та наукової сфер людської діяльності. У сучасному складному і різноманітному світі жодну значну міжнародну проблему не можна розв’язати без переробки величезних обсягів інформації та налагодження міжнародних комунікаційних процесів. Акумульована й оброблена інформація дає нові відомості, приводить до одержання нових знань.

Інформаційні ресурси, що є продуктом інтелектуальної діяльності найбільш кваліфікованої й творчо активної частини працездатного населення, в останні роки зростають особливо швидко. Це зростання в останній чверті ХХ ст. досягло таких рекордних розмірів, що багато фахівців почали говорити про “інформаційний вибух” та “інформаційну революцію”. Дійсно, із початку ХХ ст. інформаційний потік збільшився приблизно в 30 разів. Щорічно у світі публікується близько 100 тис. журналів 60 мовами; 5 млн наукових статей, книг, брошур; 2250 тис. дисертацій та звітів.

Глобальні інформаційні системи та інформаційні технології є базою для формування інформаційного середовища, в якому практично відсутні державні кордони, обмеження на інформаційні впливи, поширення інформації, розміщення та отримання інформації, зокрема, щодо виробництва зброї, проведення терористичних операцій тощо.

Суттєвий прогрес і поширення інформаційних технологій, глобальний характер систем масової комунікації призвели до утворення глобального інформаційного простору, який змушує спільноту, кожну державу швидко орієнтуватися та адаптуватися у сучасному інформаційному середовищі.

В Хартії про Глобальне Інформаційне Співтовариство, що була прийнята на саміті Великої вісімки в Окінаві (2000 р.), зазначається, що країни, які не в змозі забезпечувати оновлення інформаційних технологій, не матимуть можливостей бути повноправними учасниками інформаційного суспільства та світових економічних процесів.

Проблема забезпечення осіб та органів, що відповідають за прийняття рішень, інформацією про міжнародні відносини та іноземні країни тощо, іншими словами “міжнародною інформацією” актуальна з моменту появи держав.

Існує декілька визначень поняття міжнародна інформація (МІ).

**Міжнародна інформація** – це:

1. Інформація, яка вироблена в межах окремої країни, але поширюється в інших країнах.

2. Сукупність відомостей про взаємовідносини між державами і народами, що є відображенням взаємодії між ними.

3. Відомості, які циркулюють у світовому інформаційному просторі і служать основою для орієнтації при вирішенні питань та проблем світового співтовариства.

**Міжнародна інформація** – це інформація, що циркулює між державами та використовується в керуванні міжнародними процесами й розробці та реалізації стратегії зовнішньої політики. Простіше – це інформація, що відбиває взаємовідносини держав.

МІ орієнтована на забезпечення зовнішньої та внутрішньої політики, економічного курсу країн, національної безпеки, на розвиток міжнародних зв'язків і ефективної роботи міжнародних організацій та інституцій.

У багатьох країнах є **концепція** державної інформаційної політики, в якій визначаються різні аспекти інформаційного забезпечення міжнародних відносин. Наприклад, федеральна інформаційна політика США спрямована на забезпечення доступу до інформації для кожного індивіда. Інформаційна політика України спрямована на захист власного інформаційного простору, збереження інформаційного суверенітету і забезпечення інформаційної безпеки держави.

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

**Функції МІ** полягають в:

– узагальненій та професійній оцінці стану міжнародних відносин;

– прогнозуванні міжнародно-правових та економічних наслідків прийнятих рішень;

– у розробці обґрунтованих пропозицій та рекомендацій щодо їх реалізації.

Інформація належить до глобальних проблем світу, тому одним із понять МІ є поняття **міжнародний інформаційний простір (МІП**). Міжнародна інформація функціонує в МІП, який характеризується такими показниками:

– територія розповсюдження інформації за допомогою компонентів міжнародних та національних систем зв'язку;

– інфраструктура, тобто технологічні засоби та можливості зберігання, обробки та розповсюдження інформації по вертикалі і горизонталі;

– наявність міждержавної та національної комунікаційної політики як комплексу принципів і норм, що регулюють функціонування та використання міжнародної інформації світовим співтовариством;

– наявність міжнародних і регіональних угод у галузі комунікацій, що базуються на розумінні міжнародної ролі інформаційних процесів (ці міжнародні угоди складають окрему галузь міжнародного права – інформаційне право, яка зараз проходить фазу становлення і кодифікації норм, формування інститутів, що контролюють виконання цих норм);

– можливості доступу до інформації для громадськості та участь міжнародного співтовариства у загальній системі зв'язку.

Термін „комунікація” виник від латинського communicare, що означає „радитися”. Комунікація це:

1) спілкування, передача інформації (у тому числі за допомогою технічних засобів);

2) у філософії екзистенціалізму й персоналізму – спілкування самотніх, у процесі якого одна душа відкриває себе іншій і між людьми встановлюється інтимний духовний зв’язок;

3) масова комунікація – суспільний інститут, що виконує завдання формування світогляду і громадської думки засобами масової інформації й пропаганди.

Відомий український учений Г. Г. Почепцов визначає комунікацію як процес прискорення обміну інформацією.

Як відомо всякий акт комунікації відбувається між відправником (адресантом) і одержувачем (адресатом). Для того щоб одержувач зрозумів відправника потрібен відомий обом комунікантам посередник – мова. Взагалі будь-яка система, що слугує цілям комунікації між двома або більше індивідами, може бути визначена як мова.

Складниками комунікативного акту є процеси створення, збереження, розподілу, поширення, сприйняття інформації й обмін нею між соціальними суб’єктом (комунікатоpом) і об’єктом (комунікантом).

Поняття „масова комунікація” виникло на початку ХХ століття у США. Його автором вважають психолога Ч. Кулi. Є багато визначень масової комунікації. Ось деякі з них: це процес швидкого створення механічно або електронно продукованих дублікатів копій інформації для гетерогенної й часто великої кількості індивідуумів (Mass Media Dictionary, 1992); передача інформації за допомогою технічних засобів (через пресу, радіо, телебачення, кіно, звуко- й відеозапис) на масову, розташовану у різних місцях, неоднорідну й анонімну аудиторію з метою формування духовних цінностей і здійснення ідеологічного, політичного, економічного й організаційного впливу на оцінки, думки й поведінку людей.

**Міжнародна комунікація (МК)** – спілкування, передача інформації, що пов’язані з міжнародними відносинами. Тобто це обмін міжнародною інформацією між соціальними суб’єктами, який може бути опосередкований спеціальними технічними засобами, з урахуванням впливу соціальних інститутів, членами яких є ці суб’єкти. МК позначає принаймні три явища: 1) процес передачі й поширення інформації; 2) власне інформацію; 3) засоби комунікації.

Для соціологічної моделі міжнародної комунікації основними елементами є: 1) соціальні суб’єкти, які прямо або опосередковано взаємодіють у інформаційному процесі; 2) специфічні соціальні інститути цих суб’єктів, які впливають на таку взаємодію або повністю визначають її; 3) сама інформація.

Міжнародна комунікація може бути формальною або неформальною. До першої належать офіційні ситуації, тривалість і процедура яких регламентовані міжнародними домовленостями, звичаями тих країн, представники яких беруть у них участь. Неформальній комунікації властивий невимушений характер спілкування. До неформальної комунікації можна віднести також масову комунікацію.

Міжнародні комунікації (МК) мають багато спільного зі звичайними комунікаціями, і в той же час вони мають певні особливості. Так, МК відбуваються без “всесвітнього уряду”, між принципово різними структурами, під жорстким контролем, часто в агресивному середовищі. Учасниками МК є не тільки окремі особи, але й спеціальні організації (міністерства закордонних справ, дипломатичні представництва, делегації тощо). Завдання таких організацій обов’язково наголошується у відповідних визначеннях.

Наприклад, таке загальне поняття як „Організація для міжнародних комунікацій” означає будь-яку організацію в окремо взятій країні, завданням якої є комунікації або зі світом загалом, або з окремою аудиторією в іншій країні. Оскільки це інша аудиторія, то ми маємо недосконалі знання про її мову й культуру. Інколи, помилково вважаючи, що знання достатні, ми отримуємо негативні результати у МК. Підкреслимо, що дія міжнародних комунікацій може спрямовуватися як на індивідуальну, так і на масову свідомість.

Засоби комунікації виступають як речові, матеріальні компоненти комунікативного процесу й завжди визначають способи передачі, збереження, виробництва й поширення культурних цінностей у суспільстві. Виділяють два типи засобів комунікації:

1. Такі, що виникли природно (мова, міміка, жести).

2. Штучно створені (технічні), що в свою чергу поділяються на класичні (писемність, преса, книги) й сучасні (радіо, телебачення, кінематограф, комп’ютерні мережі, телекомунікації).

Як і звичайна комунікація, МК протікає переважно в межах двох основних каналів: вербального й зорового. Вербальна комунікація будується на лексично виокремленних одиницях, що відповідають реаліям світу. Це потребує словника, що складається з нескінченної кількості тлумачень. Для комунікантів із однієї країни ці словники близькі за змістом, у випадку міжнародної комунікації – вони суттєво різні.

Завданням комунікатора є створення тексту для передачі певної кількості інформації. Основна ідея теорії інформації полягає у тому, що об’єм інформації в повідомленні є функцією числа можливих альтернативних повідомлень. Важливу роль у тексті грає не тільки словник, але й структура повідомлення. Позасистемний, структурно не організований матеріал не може бути засобом збереження й передачі інформації. Тому перший крок до створення комунікативного тексту – створення системи. Там, де елементи взаємно не організовані й поява будь-якого з них рівноймовірна, тобто там, де немає структури, а замість неї існує аморфна ентропійна маса, інформація неможлива. Безмежність можливостей, відсутність правил, повна свобода від обмежень, що накладаються системою, – не ідеал комунікації, а її смерть. Більше того, чим складнішою є система правил, тим вільніші ми в передачі потрібного змісту: граматика й словник світлофора набагато простіші ніж в природній мові, і це створює значні труднощі при передачі змісту, більш складного, ніж команди транспорту. Проте створення структури – це ще не акт комунікації, а тільки її умова. У текстах інформативною є не мова, а повідомлення „закодоване” цією мовою.

Більше того підпорядкована єдиним конструктивним правилам, структура не є інформативною, оскільки всі її вузли однозначно обумовлені системою побудови.

Візуальна комунікація, на відміну від вербальної, не має набору заздалегідь встановлених одиниць. Відсутність елементарних одиниць робить процес сприймання візуальної комунікації універсальним, оскільки не вимагає попереднього вивчення словника для розуміння повідомлення. Однак і на візуальному рівні існують попередні норми, що визначають форму повідомлення. Особливо це помітно у випадку МК.

Відсутність заздалегідь заданої системи визначених одиниць дозволяє візуальному повідомленню містити більше варіантів можливих прочитань. Тому телебачення більш небезпечне з погляду фахівця, ніж радіопередачі: цей канал комунікації додатково до основного може видати „зайве” повідомлення. Звідси випливає необхідність ретельнішого контролю саме зорових повідомлень із метою зменшення ймовірності передачі додаткових прочитань (які можуть закреслити основну мету комунікації). Звукова інформація також може містити додаткові повідомлення, але її контролювати простіше.

Комунікація є однією з найважливіших складових сучасного суспільства. Статус держави, фірми, організації у реальному світі багато в чому визначається її статусом в інформаційному просторі.

Дослідження роботи організацій виявили, що керівник від 50 до 90 % усього робочого часу витрачає на комунікації. Це необхідно йому для реалізації ролі керівника у міжособистісних відносинах, інформаційному обміні й процесах прийняття рішень, не кажучи вже про управлінські функції планування, організації, мотивації й контролю. Тому для успіху будь-якої організації (у тому числі міжнародної) необхідні ефективні комунікації. Опитування приблизно 250 тис. працівників 2000 різних компаній показало, що обмін інформацією являє собою одну з найскладніших проблем в організаціях. Ці ж опитування виявили, що неефективні комунікації – одна з головних причин виникнення інших проблем.

Крім того, сучасне суспільство вийшло на такий етап своєї організації, який вимагає значно досконаліших процесів координації.

Економіка держави, міжнародні відносини, а значить і все суспільство знаходиться у глибшій залежності від інформаційних процесів. У такому суспільстві комунікація починає посідати нове місце. Вона стає важливим чинником як суспільного, так і бізнесового життя сьогодення. Виникають нові наукові напрямки, серед яких „Паблік рілейшнз”, „Теорія переговорів”, „Аналіз і розв’язання конфліктів” та інші, що ґрунтуються на теорії комунікацій.

Перехід процесів комунікації на якісно новий рівень привернув увагу держав до можливості їхнього використання у військовій сфері.

Мова йде про феномен інформаційних війн (операцій). Людство давно веде психологічні війни й пропагандистські кампанії, хоча ці терміни виникли зовсім недавно. Сьогодні такі дії спираються на глибоке розуміння комунікативних закономірностей. У багатьох науках запропоновано різноманітні комунікативні моделі, що використовують для розробки нових та підвищення ефективності існуючих процесів впливу.

Західне суспільство насичене інформацією більше, ніж вітчизняне. Цілі держави (наприклад, Японія) підходять до продажу інформації (знань) як до основного джерела посилення свого економічного потенціалу. Тоталітарні суспільства також витрачають чимало зусиль на контроль за інформацією. Можливість збереження свого існування вони вбачають у контролюванні, а не у виробництві інформації.

Значний вплив на міжнародні відносини справляє масова комунікація. Цей вид комунікації принципово змінив ситуацію у всіх країнах світу, надавши змогу жити єдиним життям не лише окремому суспільству, а й людству загалом, коли кожен, перебуваючи у своїй квартирі, може побачити епідемію нової хвороби у Китаї або війну в Ірані. Світ стає інформаційно єдиною структурою, залишаючись соціально різним.

Сучасний етап розвитку людства називають інформаційним.

Прогрес в інформаційно-технологічній сфері паралельно з об’єктивними благами, які він приніс людству, створив принципово нові можливості злочинного використання досягнень у цій галузі. Як ніколи актуальною стала проблема інформаційної безпеки, що ґрунтується на фактичній залежності усіх сфер життєдіяльності суспільства й держави (економіки, політики, науки, культури, національної й міжнародної безпеки) від нормального обміну інформацією, надійного функціонування інформаційних і телекомунікаційних систем, технологій і засобів.

Збільшення й без того величезного світового військового потенціалу за рахунок новітніх інформаційних технологій і засобів впливу на індивідуальну й суспільну свідомість веде до:

- зміни глобального й регіональних балансів сил;

- внесення додаткової напруженості між традиційними центрами сили і новими, що створюються;

- появи нових сфер конфронтації.

Це ставить нові завдання перед спеціалістами з міжнародних відносин.

З кінця XX ст. міжнародним співтовариством активно обговорюється глобалізація системи масової комунікації. Це пов’язано з процесом трансформаці комунікаційної системи.

Останній полягає у розширенні мережі комунікантів, які обслуговуються на великому інформаційному просторі єдиною і в той же час розгалуженою системою засобів масової комунікації, що контролюється організованою спілкою виробників.

Глобалізація систем масової комунікації тільки посилює дивергентність і дисперсність системи масової комунікації, структуризацію, фазовість, дискретність мовлення й монополію на неї. Прикладом дисперсності й дивергентності системи масової комунікації може бути система, в якій глядач споживає новини, виготовлені кореспондентом, змінені редактором й опрацьовані ведучим, включені в програму за пропозицією засновника каналу й інтерпретовані певним чином на прохання керівників телеорганізації (дивергенція). Для глядача ведучий є уособленням автора, насправді ж функція виготовлення повідомлення тут розсіяна між багатьма людьми (дисперсія).

Безперечно, глобалізація системи масової комунікації викликана технічною революцією, але ця революція не є єдиним чинником утворення глобальних масовокомунікаційних систем. Прикладом може бути Україна, яка відстає від Заходу в утворенні глобально трансформованих систем комунікації, хоча і не є технічно відсталою державою. Причиною цьому є, крім чисто економічних чинників, соціально-психологічна неготовність уряду й населення до утворення глобальної системи комунікації й активного входження до світових інформаційних систем.

Розвиток інформаційних технологій має переважно характер науково-технічний, за яким дуже часто губляться поняття моралі й честі, соціальної відповідальності, психологічної ідентичності тощо.

Прикладом може бути мережа Інтернет. У систему інтернетівського спілкування закладені великі технічні можливості, але зовсім відсутні засоби стримування мовців і контролю за інформацією. З цих причин інтернетівська система спілкування має властивості соціально й психологічно незахищеного об’єкта, в якому порушено звичний соціально-психологічний баланс достовірного-недостовірного, порядного-непорядного, морального-аморального, естетичного-неестетичного і т. п.

Поки інформаційна система Інтернет залишається фактом віртуальної реальності, цей дисбаланс і ця незахищеність фатально не шкодять суспільній інформаційній системі, а також самій системі Інтернет, оскільки вона все-таки існує як технічний витвір. Але як тільки ця віртуальна система стає частиною суспільної інформаційної системи, її основою, то ситуація стає принципово іншою. Інтернет не має ефективних засобів інформаційного захисту. Тому така інформаційна система, а разом із нею й суспільство можуть загинути, як і будь-яка інша природна система при порушенні інформаційного балансу й систем захисту.

Ідея глобалізації світових суспільних просторів і пов’язана з нею ідея глобальної культури також має негативний компонент стереотипізації й масифікації поведінки людей – тобто втягування людини до запрограмованої на певну поведінку маси людей. Усе це руйнує національні культурні цінності країни, яка потрапляє до системи глобальної культури, і тим самим підпорядковує її інтересам панівної нації у глобальній системі. Створюваний у наш час глобальний інформаційний світ має явно виражену проамериканську або прозахідну орієнтацію, де пострадянські країни почувають себе неповноцінними й залежними від правил гри у цьому глобальному світі.

На нинішньому етапі наша країна втрачає свою привабливість для іноземних партнерів як політичне, економічне й соціально-культурне явище. Значний вплив на це справляє зовнішньополітичний імідж нашої країни: Україну сьогодні не сприймають у світі як впливову, правову, демократичну, соціальну державу, де розбудовуються інститути громадянського суспільства, із якою треба рахуватися та в яку слід інвестувати капітали на майбутнє. Отримавши досить сприятливі стартові можливості у 1991 році під час набуття незалежності, Україна не скористалася ними й цим викликала певне розчарування у зарубіжній суспільній думці.

Нині ж, як вважають закордонні експерти, Україна не має ніякого іміджу (в усякому разі позитивного): через загальну непоінформованість або необізнаність, а також неспроможність вигідно представити себе в очах міжнародного співтовариства.

Сьогодні питання іміджу країни є не лише політичним питанням. Це питання національної безпеки, питання економічного розвитку, питання здійснення демократичних перетворень. Від того, яким є міжнародний авторитет країни, залежить і залучення до неї іноземних інвестицій, і вихід українських товарів, технологій і послуг на світовий ринок, і взагалі ставлення до нашої держави та її громадян.

Водночас, на відміну від негативного образу України як держави, імідж українців, що формується зарубіжною пресою, не є негативним. Навпаки, найчастіше зустрічається образ дуже талановитих, освічених людей і нації, що постраждала від Чорнобильської катастрофи. Українців також вважають звичайною європейською нацією з усіма позитивами й недоліками та політично активними людьми.

На непривабливий образ України впливає не так внутрішня негативна інформація, що подається у наших ЗМІ й передруковується або повторюється у зарубіжній періодиці та електронних ЗМІ, як ті причини, що її породжують. Ще одна з головних причин недовіри до України західного світу полягає у його слабкій поінформованості про нашу країну.

Для України є важливими розвиток власного інформаційного простору як ознаки могутності сучасної держави, створення й використання сучасних інформаційних технологій, повноцінна діяльність у світовому інформаційному просторі, надійний та ефективний захист інформаційного простору держави.

Сьогодні Україна для формування власного позитивного іміджу має цілу низку можливостей в економічній, зовнішньополітичній, етнонаціональній, науково-технічній, культурно-гуманітарній, спортивній, туристичній та інших сферах, які вона належним чином не використовує. Творення політичного іміджу держави – складний і тривалий процес, що повинен здійснюватися свідомо, цілеспрямовано, безперервно, на високому професійному рівні.

Розв’язання цього завдання вимагає прийняття загальної стратегії інформаційної політики держави на коротку та довготермінову перспективу, спрямованої на просування позитивного іміджу України у світовий інформаційний простір. З цією метою вчені пропонують створити спеціальну державну структуру (наприклад, Національний інформаційний центр), яка б збирала й накопичувала світовий досвід у цій галузі, виробляла іміджеву стратегію держави.

У своїй діяльності ця структура повинна виходити з національних особливостей і розстановки сил на міжнародній арені, уміло використовувати усі позитивні моменти, що можуть зіграти на користь України. Організаційно це має бути самостійна структура, але формально перебувати під егідою Міністерства закордонних справ України, як у низці країн. Окрім поширення позитивної інформації про Україну на закордон й сприяння входження нашої держави до світового інформаційного простру, ця структура має займатися узагальненням інформації щодо кількісних і якісних параметрів інформаційної присутності України у зарубіжних країнах або регіонах (так званий зворотній зв’язок).

Специфіка законів сучасної світової конкурентної боротьби за виживання в нових умовах породжує принципово нові форми міжнародного протиборства й суперництва. В умовах глобалізації, жорсткої конкуренції за, так би мовити, „місце під сонцем” міжнародним комунікаціям приділяється першочергова увага. Поки що Україна не може протистояти інформаційно-пропагандистським акціям інших держав, які через пряме вторгнення до українського інформаційного простору намагаються забезпечити свої політичні й економічні інтереси, що створює реальну загрозу національній безпеці України у широкому розумінні цього слова. Це вимагає прискореної інформатизації українського суспільства, впровадження з боку держави новітніх інформаційних технологій, захист вітчизняного інформаційного простору, наповнення його цікавою та важливою інформацією.

Імідж держави створюється, орієнтуючись не стільки на сьогоднішній день, скільки на перспективу.

Кожна країна встановлює закони для регулювання інформаційних потоків і захисту державної інформації, що становить державну таємницю.

Кожна країна своїм законодавством визначає власні кордони і межі своєї інформаційної території. Звичайно термін інформаційна територія держави – дещо умовний, тому що держава не в змозі припинити прийом інформації, що передається через численні канали штучних супутників Землі її громадянами. Вона може лише контролювати транслювання цих каналів на своїй території. Але за прийнятою конвенцією “Про використання сигналів, що передаються через штучні супутники Землі”, країна має заплатити за право транслювання таких каналів, при порушенні цієї умови на неї накладаються штрафні санкції.

**МІП** визначається конституційними нормами окремих держав, міжнародними угодами та технічним забезпеченням процесу інформатизації. Він складається із державних (національних) інформаційних просторів, регіональних просторів, а також просторів окремих територій.

На сьогодні окремі регіони та країни визначають квоти на присутність у своєму інформаційному просторі транснаціональних монополій, інших держав і приватних осіб. Наприклад, Європейське співтовариство визначило таке співвідношення: 14 % відводиться для суб'єктів неєвропейського походження, 86 % – для європейських суб'єктів. Окремі країни, наприклад Франція (яка проводить політику збереження франкофонії), виробляють спеціальне законодавство на присутність в своєму інформаційному просторі іншомовних (в даному випадку англомовних) представників.

**Таким чином, основними об’єктами** міжнародної інформації є:

1. Міжнародні відносини.

2. Діяльність окремих суб’єктів міжнародних відносин.

**Міжнародні відносини** – глобальна взаємодія “міжнародних політик” окремих країн, яку ще називають світовою політикою. Міжнародні відносини є тим середовищем, де реалізуються основні принципи зовнішньої і міжнародної політики.

**Система міжнародних відносин** – сукупність економічних, політичних, ідеологічних, правових, дипломатичних, гуманітарних зв’язків і взаємостосунків між народами, державами та об’єднаннями держав, між основними соціальними, економічними і політичними силами та організаціями, що діють на світовій арені.

Поняття міжнародна інформація слід розмежовувати з поняттям міжнародна комунікації.

**Міжнародна комунікація** – всесвітня система обробки, збереження, передачі, оцінки та перетворення інформації, що функціонує у світовому просторі. Це поняття відображає технологічний аспект існування міжнародної інформації. Міжнародна інформація є внутрішньою характеристикою певного явища, а міжнародна комунікація – його зовнішньою характеристикою. Перша – це зміст, друга – це засіб і форма. Для міжнародної інформації міжнародна комунік комунікація – матеріальний носій, форма її існування, що створює базу для її використання.