

**Колесник О. В.**

*спеціаліст вищої категорії,  
Вінницький фаховий коледж економіки  
та підприємництва Західноукраїнського національного університету*

**Голева Т. В.**

*спеціаліст першої категорії,  
Вінницький технічний фаховий коледж*

## **ВХОДЖЕННЯ УКРАЇНИ В ЄВРОПЕЙСЬКИЙ ІНФОРМАЦІЙНИЙ ПРОСТІР І РОЗБУДОВА ІНФОРМАЦІЙНОГО СУСПІЛЬСТВА**

Інформаційний простір держав сьогодні привертає до себе достатньо уваги. Його розглядають і як якісно нове середовище для функціонування й розвитку суспільних відносин та процесів, і як політико-правове поняття. Під інформаційним простором прийнято розуміти сукупність інформаційних потоків як національного так і закордонного походження (7, с. 15). Суб'єктами інформаційного простору, є передусім юридичні особи. Це: державні та недержавні інформаційні агентства; органи державної влади, інформаційні служби; державні та недержавні установи; державні та недержавні аудіовізуальні і друковані засоби масової інформації, видавництва тощо.

Дослідник В. Карпенко характеризує український інформаційний простір як «величезний гуртожиток, в якому співіснують дуже різні за формою і змістом, за природою капіталу і політичною метою, за способом поширення інформації комунікаційні засоби. Це і газети з журналами, це і книжкова продукція, це і редакції телебачення та радіомовлення, це і світова мережа Інтернет» (5, с.57). Станом на 1 січня 2014 р. в Україні зареєстровано та перереєстровано 19 351 періодичне видання. Більшість з них мають матеріальні труднощі, низькі тиражі та високу передплатну ціну (10 с.174). Показник кількості примірників на одного жителя в Україні став значно нижчим від мінімального за світовими стандартами (за визначенням ЮНЕСКО, не менше 100 примірників на одного жителя): в Україні 1999 р. цей показник не перевищував 60 примірників. В СРСР наприкінці 1980-х років на одного жителя припадало близько 440 примірників (з них близько 95 – видавалося в Україні), в розвинених державах – не менше 300 примірників друкованих періодичних видань, а в США та Японії

показник сягає 500-600 примірників. З 1989 р. по 2009 р. кількість періодичних друкованих видань збільшилася з 1799 газет і 206 журналів до, відповідно, 2551 і 1374. Однак при цьому їх загальний річний тираж зменшився більш ніж на третину – з 4608 млн. примірників до 3024 млн. (4).

Переважна більшість (55,3%) засновників друкованих ЗМІ – окремі громадяни та комерційні структури, отже частка недержавної преси в Україні досить висока. Водночас 8,9% друкованих видань засновано державними органами. Такий рівень присутності держави на ринку друкованих ЗМІ не відповідає досвіді розвинених демократичних країн, створює потенційні можливості для маніпулювання масовою свідомістю. В демократичних суспільствах державні органи, як правило, виступають засновниками не масових газет або журналів, а спеціальних інформаційних бюлетенів, у яких висвітлюється їхня діяльність. Наприклад, у Польщі залишилася, фактично, єдина державна газета «Polska Zbrojna» (4).

На сьогодні міжнародне співробітництво в інформаційній сфері здійснюється на підставі низки міжнародних договорів, так, зокрема, підписано 8 угод з про співробітництво з європейськими країнами та 16 угод з країнами СНД. Повноправними членами Європейської мовної спілки є Національна телекомпанія України та Національна радіокомпанія України. Крім того, вони мають угоди про співпрацю з авторитетними європейськими телекомпаніями, що дозволяє отримувати і своєчасно подавати в ефір повідомлення з усього світу та інформувати європейську громадськість про події в Україні тощо (11).

Країна, яка знаходить власну нішу в європейському інформаційному просторі, уже є могутньою й розвинутою. Дослідники підкреслюють, що можливості реалізації інтересів таких країн як Україна були і залишаються обмеженими так званою «середністю» держав (8, с. 297). («Середньою державою можемо вважати національного актора з обмеженою, у порівнянні з великою державою, національною могутністю, що дозволяє йому лише вибіркоче докладання зовнішньополітичних ресурсів і зумовлює вибіркоче зацікавленість в тих чи інших регіональних або функціональних сферах міжнародних відносин») (6, с. 39). Це означає, не більше і не менше, аніж те, що при виробленні стратегії своєї зовнішньополітичної діяльності дані країни мають враховувати неможливість переслідування глобальних зовнішньополітичних інтересів, довільної зміни політики, одночасної активної діяльності на різних геополітичних напрямках без огляду на великі держави.

Концепцію «середності» держави та її геополітичне розташування, певною мірою, варто враховувати й у реалізації інформаційних

можливостей України. Так, О. Баган підкреслює, що концепція Середньої Європи вимагає переорієнтації у поданні інформації про міжнародні події. Нині в українських ЗМІ пріоритетним є повідомлення про події у США, Великій Британії, Франції та Росії. Натомість для перспективного розвитку України як ключової середньоевропейської держави бажано, щоб обсяг повідомлень про життя країн Середньої Європи принаймні був рівнопропорційним щодо інших. (1, с. 17).

Входження України в глобальний інформаційний простір відбувається досить пасивно – як реакція на історичний виклик країнам третьої цивілізаційної хвилі. Цей процес супроводжується використанням лише окремих компонентів та технологічних рішень з арсеналу засобів інформаційного суспільства (2, с. 53).

Європейське співтовариство з 1994 р. розглядає завдання побудови інформаційного суспільства як найбільш пріоритетне. Як Україна долучаться до загальноєвропейських і загальносвітових тенденцій у сфері побудови інформаційного суспільства? Яких успіхів досягнуто у цьому напрямку та які проблеми виникають? (12, с. 25).

Для України процес формування інформаційного суспільства – це не лише ще один крок до європейської політичної інтеграції, але й до економічного добробуту. Яскравим прикладом цього є досвід Франції. Коли французький уряд зіткнувся з нагальною необхідністю розбудови інформаційно-телекомунікаційної галузі, коли виникла загроза домінування зарубіжних технологій, з ініціативи Ліонеля Жоспена приймається Національна стратегія розвитку галузі. У період з 2007-2009 рр. компанії інформаційно-телекомунікаційної галузі вийшли на 4-те місце у світі. Варто підкреслити, що на відміну на США, де перевага надається технологічним аспектам інформаційної супермережі, в Європі акцентується увага на соціальному та економічному вимірах суспільства знань та інформації (9).

Цікавий якісний склад української інтернет-аудиторії. За статтю переважають чоловіки (їх – 69%, жінок – 31%); за віком більше молоді (до 40 років – 75%). Приріст української Інтернет-аудиторії відбувається високими темпами: понад 100 тисяч користувачів щомісяця. Якщо у лютому 2015 року їх було 5 млн. 546 тис., то вже у березні цього ж року – 5 млн. 653 тисячі (3).

Найвища ж питома вага використання Інтернету в сучасному світі – у Фінляндії, що багато в чому пояснюється тим, що там створено умови, коли боротьбу за залучення користувачів Інтернету – а значить, за створення для них найкращих умов, – ведуть між собою 47 телефонних компаній. У цьому зв'язку звичайно відзначають, що широке впровадження Інтернету у будь-якій країні світу, мабуть, як раз

і передбачає таку конкуренцію. Наведемо деякі показники розвитку українського сегменту Інтернету. Кількість українських користувачів Мережі протягом двох років збільшилась втричі і на кінець 2010 року складала, за різними оцінками, від 320 до 370 тисяч постійних користувачів (що, однак, становить менш як 1% дорослого населення України) і близько 300 тисяч користувачів, що використовували мережу час від часу. Середньомісячне зростання кількості користувачів в Україні, за оцінками експертів, складає 4% (5).

Урізноманітнилось інформаційне наповнення серверів: за кількістю хостів ( 88, 2 тис.) Україна посідає вже 28 місце в Європі і 45 – у світі. Але з огляду на вітчизняний науковий, технічний та виробничий потенціал ці досягнення все ж є доволі скромними.

Українці оцінюють рівень інформатизації українського суспільства як низький (43 %), і лише 14, 3 % – як високий (12, с. 366).

Розбудова інформаційного суспільства в Європі є одним із найголовніших завдань, Україна ж лише починає рухатися в напрямку до побудови суспільства знань інформації. Негативно позначаються на розвитку інформаційного суспільства недостатньо високий рівень інформатизації суспільства, низька інформаційна культура.

#### **Список використаних джерел:**

1. Баган О. ЗМІ і питання національної безпеки: геополітичний аспект // Визвольний шлях. – 2014. – березень. – С. 12-21. – С. 17.
2. Добровольська А. Глобалізація інформаційного простору: адаптація України до загальносвітових тенденцій // Економічний Часопис-XXI. – 2015. – № 9-10. – С. 52-53. – С. 53.
3. Згуровський М. Суспільство знань та інформації – тенденції, виклики, перспективи // Українська мережа інформаційного суспільства. // Дзеркало тижня. – 2013. – 24 трав. (№ 19). – С. 17.
4. Інформаційний простір України – маємо те, що маємо // Україна та UNESCO. – Доступно. – 18 листопада 2010. – <http://unesco.iatp.org.ua/information.html>
5. Карпенко В. Інформаційна політика та інформаційна безпека. – К.: Нора-Друк, 2006 // Електронний варіант підручника: <https://studfile.net/preview/10004788/>
6. Кононенко С. Середньодержавність: формалізація структур осмислення // Дослідження світової політики. – К.: ICSEMB України, 2009. – С. 35-40.
7. Кудрявцева С. П. Міжнародна інформація. – К. : Слово, 2015. – С. 18.

8. Неприцький О. Забезпечення миру і стабільності у Північчорноморському регіоні у контексті розширення НАТО і ЄС на Схід // Проблеми інтеграції науково-освітнього інтелектуального потенціалу в державотворчому процесі. – Випуск 4. – Тернопіль: Збруч, 2016. – С.295-302.

9. Піскорська Г.А. Інформаційна безпека та стратегії інформаційного суспільства // Фонд інформаційного суспільства. – 2013. – № 4. – С. 82–91.

10. Почепцов Г. Г., Чукут С. А. Інформаційна політика. – К., 2016. – 474 с.

11. Стан інформаційної присутності України за кордоном і перспективи інтеграції вітчизняних суб'єктів інформаційної діяльності до світової системи інформаційного обігу в контексті формування позитивного міжнародного іміджу України. // Урядовий портал – 2013. – № 7. – С. 19–25.

12. Шевчук О., Голобуцький О. E-Ukraine. Інформаційне суспільство в Україні. Бути чи не бути? – К., 2016. – 104 с. – С. 25.

DOI <https://doi.org/10.36059/978-966-397-280-0-48>

**Олійник О. М.**

*кандидат економічних наук,  
старший науковий співробітник  
відділу історії країн Азії та Африки,  
Державна установа «Інститут всесвітньої історії  
Національної академії наук України»*

## **УЧАСТЬ КИТАЮ В ІНТЕГРАЦІЙНИХ ПРОЦЕСАХ АЗІЙСЬКО-ТИХООКЕАНСЬКОГО РЕГІОНУ**

В 21-му столітті Китай значно посилив свою роль в світових історичних процесах. За 40 років політики реформ та відкритості Китай не тільки перетворився на країну-лідера в світовому економічному розвитку, він також став активним гравцем на світовій політичній арені. Китай почав виявлять більший інтерес до світового розвитку і поряд з цим почав активно інтегруватись у світове співтовариство, прагнучи довести світові переваги від співпраці з Китаєм. Така позиція керівництва Китаю має історичне підґрунтя, що сформувалось завдяки