

Сергій Кулицький,

канд. екон. наук, доцент, ст. наук. співроб.,

Національна бібліотека України імені В. І. Вернадського

МЕТОДИЧНІ АСПЕКТИ СОЦІАЛЬНО-КОМУНІКАТИВНОГО ДОСЛІДЖЕННЯ ФІНАНСОВИХ ВІДНОСИН У НАУКОВІЙ БІБЛІОТЕЦІ

У статті обґрунтовується доцільність соціально-комунікативного дослідження фінансових відносин, з урахуванням трансформаційного характеру українського суспільства, структурним підрозділом наукової бібліотеки. Як методичний прийом дослідження використано моделі комунікації за Шенноном, Якобсоном, Лотманом, модель «брамника». Використання моделей комунікації дало можливість на конкретних прикладах відстежити зв'язок між потоками інформації, кодами, контекстом повідомлень і поведінкою економічних агентів на фінансовому ринку України. У статті показано можливості великих наукових бібліотек як суспільних інститутів соціальної пам'яті в соціально-комунікативному дослідженні фінансових відносин.

Ключові слова: банк, інформація, код, контекст, модель комунікації, наукова бібліотека, соціальна пам'ять, фінансові відносини, фінансові комунікації.

Трансформація великих публічних бібліотек на сучасні інформаційні центри обумовлює необхідність диверсифікації асортименту створюваних ними інформаційних продуктів і послуг для задоволення широкого спектра інформаційних потреб суспільства. Однією з надзвичайно інформаційно чутливих сфер життєдіяльності суспільства є фінансові відносини, які являють собою економічні зв'язки, взаємодії та відносини, виражені в грошовій формі [1, с. 368]. Це підтверджує світова, особливо новітня, історія.

Сучасна Україна в цьому плані не є виключенням. Складний економічний характер фінансових відносин у цілому та грошей зокрема, як певного інформаційно-психологічного феномена, обумовлює одночасно можливість і необхідність використання широкого спектра джерел інформації для дослідження різних аспектів, у тому числі й комунікативних, цього соціального явища.

Причому трансформаційний характер українського суспільства розширює простір для відповідних наукових розвідок у цьому напрямі. Адже, наприклад, моделі поведінки учасників фінансових ринків, що сформувалися в суспільствах з усталеною ринковою економікою, можуть зазнавати (доволі часто й зазнають) певних змін у пострадянських суспільствах. Тому цілком закономірно, що нестандартний характер цієї проблематики й потреба в значних обсягах різноманітної інформації для її аналізу обумовлюють ту доволі вагому роль, яку можуть відігравати великі наукові (універсальні) бібліотеки в дослідженні соціально-комунікативної природи фінансових відносин. Усе зазначене вище обумовлює актуальність вибору теми цієї статті.

Однак анонсована проблема поки ще не посіла належного місця у відповідних наукових дослідженнях, особливо фахівців у галузі соціальних комунікацій і бібліотекознавства. Зокрема, на пострадянському просторі серед робіт з бібліотекознавства, у яких розглядаються певні аспекти інформаційної діяльності у сфері фінансових відносин, як-от інформаційна діяльність банків, треба згадати працю співробітника СО РАН Н. Струкової. Утім, немає підстав вважати, що в ній фінансові відносини досліджуються саме крізь призму соціальних комунікацій [2, с. 36–48]. Разом з тим варто нагадати, що І. Давидова наголошує, що «саме аналітична діяльність розглядається як перспективний напрям розвитку когнітивної функції документно-інформаційних установ, яка здатна перетворити їх на конкурентоспроможні суб'єкти ринку інформаційних продуктів і послуг та забезпечити їх функціонування в інформаційному суспільстві» [3, с. 78]. Однак у пострадянському бібліотекознавстві в цілому дослідженню можливостей бібліотек у сфері інформаційного забезпечення економічної діяльності приділяється порівняно небагато уваги.

З іншого боку, економісти (науковці й аналітики-практики) також не приділяють належної уваги цьому питанню. Визнаючи нині потужний вплив інформаційно-психологічних механізмів на перебіг багатьох економічних процесів, особливо у сфері фінансів, економісти, по суті, не звертають належної уваги на можливості великих наукових (універсальних) бібліотек у дослідженні соціально-комунікативних аспектів фінансових відносин і економічних процесів узагалі. Так, у фундаментальній роботі Л. Гітмана й М. Джонка, присвяченій такому виду фінансових відносин, як інвестиційна діяльність, суто символічно згадуються можливості бібліотек з інформаційного забезпечення в цій сфері [4, с. 137].

Дещо більше уваги можливостям бібліотек приділяють фахівці в галузі бізнес-розвідки. Але при цьому на інформаційному супроводі фінансових відносин вони уваги, як правило, не акцентують.

Підсумовуючи короткий огляд досліджень щодо інформаційного, особливо бібліотечно-інформаційного, супроводу фінансових відносин і їхнього соціально-комунікативного аспекту, зазначимо таке. Насамперед, такі дослідження нечисленні. По-друге, у них декларативні узагальнення стосовно ролі інформації в розвитку фінансових відносин часто переважають над конкретним аналізом процедур взаємозв'язку інформаційних і фінансових процесів. По-третє, надзвичайно мало уваги в дослідженнях приділяється саме ролі бібліотек в інформаційному супроводі фінансових відносин.

Тому мета цієї статті полягає в дослідженні можливостей і досягнень наукової бібліотеки у сфері соціально-комунікативного аналізу фінансових відносин з урахуванням трансформаційного характеру української економіки й суспільства в цілому. Оскільки соціально-комунікативні дослідження є складним багатоплановим процесом як за об'єктами свого спрямування, так і за спектром методів свого проведення, то в цій статті розглядаються лише деякі їхні аспекти, насамперед методичного характеру.

При цьому слід наголосити, що представлені нижче методичні аспекти соціально-комунікативного дослідження є результатом критичного узагальнення практичного досвіду відповідного напрямку інформаційно-аналітичної роботи в Службі інформаційно-аналітичного забезпечення органів державної влади Національної бібліотеки України ім. В. І. Вернадського (СІАЗ НБУВ). Така робота за характером своєї організації є колективною та передбачає відповідну спеціалізацію та кооперацію залучених до її виконання працівників. Тому верифікація сформульованих аналітиком методичних положень здійснювалась у процесі колективної організації інформаційно-аналітичної роботи.

Обов'язковою складовою такої колективної організації праці є регулярні комунікації між співробітниками бібліотеки, що здійснюють постановку досліджуваної проблеми, виконують пошук і збір інформації, підготовку відповідних інформаційно-аналітичних матеріалів тощо. Зазначені комунікації дають змогу оперативно перевіряти ті чи ті методичні прийоми та у разі потреби коригувати їх. Таким чином, представлені нижче методичні аспекти соціально-комунікативного дослідження фінан-

сових відносин пройшли практичну апробацію в процесі підготовки відповідних інформаційно-аналітичних матеріалів у СІАЗ НБУВ.

Для досягнення поставленої мети як інструмент дослідження фінансових відносин доцільно використати ряд моделей комунікації, наповнюючи їх саме соціальним змістом. При цьому слід пам'ятати, що комунікаційному процесу притаманні формальний і змістовний аспекти, що відображає, зокрема, запропонована «батьком» теорії інформації та кодування К. Шенноном загальна схема системи зв'язку, яка являє собою, по суті, формально-логічну модель комунікації, що в подальшому отримала назву моделі Шеннона (див. рисунок).

Основні елементи цієї моделі такі. Джерело інформації – повідомлення або послідовність повідомлень, які повинні бути передані адресату. Передавач певним чином перетворює повідомлення в сигнали, що відповідають характеристикам цього каналу зв'язку. Цей процес представлення повідомлення у вигляді певних символів називають кодуванням. Канал зв'язку – це середовище (засіб), що використовується для передачі повідомлень від передавача сигналів до їх приймача. Функції каналу зв'язку можуть виконувати усна розмова, традиційна пошта, електронні засоби зв'язку тощо. Причому в процесі передачі сигнал може викривлюватися під дією шуму. Приймач, як правило, виконує операцію, зворотну тій, яку виконує передавач, – за сигналами відновлює повідомлення. Цей процес отримав назву декодування. Адресат – у нашому випадку, це особа (або група осіб), якій призначається повідомлення [5, с. 245–246]. Формально-логічний підхід до процедури обміну інформацією, унаочнений у цій моделі, дає можливість застосовувати загальні принципи кібернетики в соціально-комунікативному дослідженні фінансових відносин.

Комунікація неможлива без процедур кодування й декодування повідомлень (інформації). Відповідно, якісні характеристики повідомлень є об'єктом вивчення таких дисциплін, як, наприклад, семіотика й семантика. Тому для соціально-комунікативного аналізу окремих елементів фінансових відносин використовуватимуться й інші моделі комунікації, зокрема моделі Р. Якобсона, Ю. Лотмана та ін. Р. Якобсон, на відміну від К. Шеннона, акцентував увагу на змістовній стороні повідомлення – його контексті. Аналогом же каналу зв'язку у його моделі комунікації є контакт – фізичний канал і психологічний зв'язок між адресантом та адресатом, що обумовлює можливість встановити й підтримувати комунікацію [6, с. 197–198].

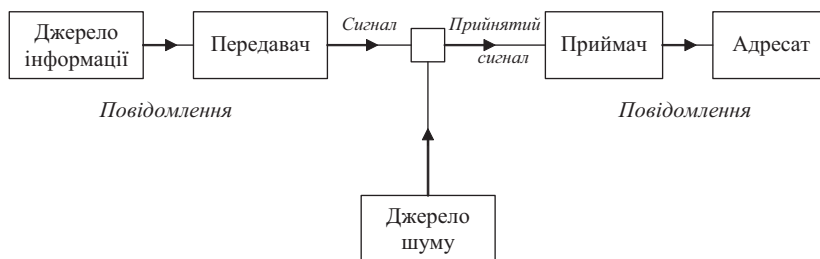


Рис. Загальна схема системи зв'язку
(Модель комунікації/обміну інформацією за К. Шенноном)

Зі свого боку, акцент на соціально-культурних аспектах комунікації робив Ю. Лотман, що розглядав мову як продукт історичного розвитку. Це означає, що код, тобто система символів, що використовується для створення повідомлення (контексту), має багатомірну ієрархію. При цьому Ю. Лотман розрізняв моделі комунікації для штучної та природної мови. На його думку, для повної гарантії адекватності переданого й отриманого повідомлення необхідні штучна (спрощена) мова та штучно-спрощені комуніканти: з чітко обмеженим обсягом пам'яті й відсутністю культурного багажу як такого. Створений у такий спосіб механізм зможе обслуговувати лише обмежене коло семіотичних потреб; універсальність, властивий природним мовам, йому буде, у принципі, невластивий. В ідеальному випадку код (система символів), що використовується в штучній мові, передбачає однозначне тлумачення змісту, побудованого на його основі повідомлення. А у природній мові перед тим, хто передає повідомлення, постає не один код, а деякий множинний простір кодів k_1, k_2, \dots, k_n , що має складний ієрархічний характер і допускає породження деякої множини змістів, рівною мірою їм відповідних [7, с. 158–160].

Також для аналізу фінансових комунікацій доцільно використати модель «брамника», у якій посередник («брамник») між джерелом інформації та її кінцевим отримувачем вирішує, які саме повідомлення мають надходити до адресата [8, с. 49–50]. Тобто йдеться про передачу в процесі комунікації не стільки інформації, скільки впливу на аудиторію. Фінансова комунікація – це обмін між економічними агентами (суб'єктами економіки) різними формами інформації, безпосередньо вираженими

в грошовій формі, або такими, що в грошовій формі описують різні економічні явища й процеси. Фінансові комунікації можна поділити на базові, іманентні й похідні. Базові фінансові комунікації – це, власне, грошові потоки в готівковій чи безготівковій формі. Саме вони є фундаментом (базисом) усієї системи фінансів як такої. Іманентні фінансові комунікації – це потоки інформації переважно в документарній формі, що обов'язково супроводжують і регулюють процес грошового (товарно-грошового) обігу й без яких фінансові операції в сучасному суспільстві, по суті, нездійсненні. До них належать потоки різноманітних платіжних та інших супровідних фінансових документів, бухгалтерські й фінансові звіти, нормативно-правові акти з питань фінансів тощо. Похідні фінансові комунікації – це потоки інформації, що є результатом інформаційно-аналітичної переробки змісту базових та іманентних фінансових комунікацій і в різних формах супроводжують та забезпечують поточне функціонування й розвиток фінансової системи. Іманентні й похідні фінансові комунікації – результат ускладнення грошового обігу та всієї системи фінансових комунікацій у процесі суспільного розвитку. Як правило, у спеціальній літературі та в професійному спілкуванні терміном «фінансові комунікації» позначають переважно похідні фінансові комунікації [9, с. 63–79].

Саме похідні фінансові комунікації виступають важливим інструментом впливу в системі фінансових відносин. Тому саме на їх дослідженні зроблено наголос у цій праці. За характером носія інформації похідні фінансові комунікації можуть бути документарними або недокументарними. Документарні комунікації можуть досліджуватися з використанням ресурсів наукової бібліотеки. При цьому треба враховувати, що зміст фінансових комунікацій, значущих для великих соціальних груп або ж суспільства в цілому, який спочатку не був задокументований, урешті-решт, як правило, документується і, таким чином, набувши відповідної форми, часто потрапляє до фондів великих наукових бібліотек. Отже, похідні фінансові комунікації є інформаційним відображенням широкого спектра фінансових відносин, а згадані вище моделі комунікації – методичним інструментом їх дослідження.

Хоча в реальних фінансових відносинах їхні учасники можуть виконувати як різні комунікативні функції, так і поєднувати їх. Наприклад, керівники й менеджери банків одночасно є джерелами й кодувальниками повідомлень, що надходять у ЗМІ. При цьому одні ЗМІ можуть подавати

зазначені повідомлення без змін, а інші, додаючи свої коментарі, певним чином їх перекодовувати, надаючи цим повідомленням, по суті, нового змісту, аж до протилежного.

Водночас в Україні, завдяки конкуренції між ЗМІ та реальній свободі слова в Україні, ЗМІ, як інститут, не можуть повною мірою виконувати функції «брамника», передбаченої згаданою вище однойменною моделлю комунікації. Навіть якщо таку функцію намагається певною мірою взяти на себе якась група ЗМІ, то завжди для більш-менш значущих повідомлень (фінансова ж тематика ними завжди багата) знайдуться інші ЗМІ, що відповідні повідомлення поширюватимуть. Тому під час інформаційного супроводу фінансових відносин особливого значення набуває кодування відповідних повідомлень і формування їхнього контексту.

Значення таких заходів у фінансових комунікаціях обумовлене специфікою фінансових відносин. По-перше, як зазначає всесвітньо відомий фінансист Дж. Сорос, учасники фінансових ринків діють не безпосередньо на підставі реальності, а на основі своїх уявлень про неї. Причому термін розбіжності між реальністю та уявленнями учасників фінансових ринків про неї може зберігатися доволі довго й призводити в подальшому до радикальної зміни ситуації на фінансовому ринку [10].

По-друге, фінансовим відносинам притаманна інформаційна асиметрія, тобто ситуація, коли продавцям фінансових послуг про реальні умови їх надання відомо набагато більше, ніж покупцям цих послуг [11, с. 95].

По-третє, ухвалення рішень на фінансових ринках доволі часто відбувається не лише на раціональних, а й на ірраціональних засадах. Таке значення емоційної складової при ухваленні фінансових рішень обумовлене не лише нестачею інформації й часу для ухвалення належним чином обґрунтованих рішень, а й впливом суто емоційних сприйняття та оцінювання ситуації у фінансовій сфері. В останньому випадку саме емоційний чинник блокує мотиви раціональної поведінки учасників фінансових відносин, і вони інтерпретують ситуацію відповідно до своїх уподобань та сподівань, а не об'єктивно її оцінюють.

При цьому завдяки механізмам дії економічної влади у сфері фінансових відносин потужніші та краще поінформовані учасники цих відносин можуть принаймні частину ризиків перекласти на слабших і гірше поінформованих учасників. Таким чином у сфері фінансових відносин економічно реалізується згадуваний вище ефект інформаційної асиметрії.

Значною мірою потенційно велика роль бібліотек у соціально-комунікативному дослідженні фінансових відносин пов'язана з тим, що бібліотеки є важливим компонентом суспільного інституту соціальної пам'яті. Пам'ять суб'єкта – це його здатність накопичувати інформацію та в подальшому використовувати її. Відповідно, соціальна пам'ять – аналогічна здатність суспільства. Але робота соціальної пам'яті, як великої, поліструктурної системи, має свою специфіку порівняно з пам'яттю індивіда. Зокрема, ця специфіка проявляється в тому, що певні функції з організації накопичення та використання інформації в ній виконують відповідні інститути. Одним з таких суспільних інститутів і є бібліотеки. Соціальна пам'ять постійно розширюється й частково оновлюється в процесі життєдіяльності суспільства завдяки функціонуванню мережі соціальних комунікацій. Вагоме місце в цій мережі посідають і бібліотеки, що накопичують величезні масиви інформації. Ця інформація при застосуванні відповідних процедур її оброблення перетворюється на знання. Такі знання на базі раціональної організації колективної роботи, як наголошувалося вище, про інформаційно-аналітичні підрозділи великої наукової (універсальної) бібліотеки, як, наприклад, СІАЗ НБУВ.

Нехтування багажем соціальної пам'яті на фінансових ринках призводить до вкрай негативних наслідків. Яскравим прикладом цієї тези може служити крах американського інвестиційного фонду Long-Term Capital Management (LTCM) у 1998 р., серед засновників і керівників якого були лауреати Нобелівської премії з економіки за 1997 р. Р. Мертон і М. Шоулз. Економіко-математична модель, на підставі якої працював цей інвестиційний фонд, була побудована на основі статистичних даних лише за п'ять попередніх років, тоді як ряд економічних циклів значно довший. Як наголошує фахівець з фінансової історії Н. Фергюсон, «лауреати Нобелівської премії були сильними у математиці, але не в історії» [12, с. 340–349]. Тобто в цьому випадку не спрацював захисний механізм соціальної пам'яті.

Однак саме раціональне використання фондів великої наукової бібліотеки, що зберігають ретроспективні відомості, у тому числі й у галузі економічної історії, за значні періоди часу та стосовно різних країн, дає змогу так чи інакше активізувати відповідні сегменти соціальної пам'яті. При цьому закономірно постає питання використання статистичних даних під час соціально-комунікативного дослідження фінансових відносин.

Слід зазначити, що вимоги до системи статистичних показників дещо різні для цілей економетричного й соціально-комунікативного аналізу фінансових відносин. Для економетричного аналізу певного об'єкта потрібна чітка узгодженість статистичних показників з точки зору методики їх обчислень, хронології тощо. Це – обов'язкова умова використання в процесі такого дослідження тих чи інших економічних (у тому числі й фінансових) процесів відповідних економетричних моделей. Адже математичні формули в такій моделі й модель у цілому повинні працювати в автоматичному (комп'ютерному) режимі.

Під час проведення соціально-комунікативного дослідження певного об'єкта вимоги до узгодженості статистичних показників не настільки жорсткі, як при здійсненні економетричного аналізу. Моделі, сценарії, що створюються для соціально-комунікативного аналізу, не є повністю (так би мовити, наскрізь) формалізованими. Зв'язки, відносини між різними складовими, елементами соціально-комунікативних моделей (сценаріїв) далеко не завжди повинні мати чітку кількісну інтерпретацію. Вагома частина причинно-наслідкових зв'язків та інших відносин у таких моделях (сценаріях) описуються якісними, а не кількісними характеристиками. Доволі часто такі залежності між різними складовими соціально-комунікативних моделей (сценаріїв) можуть бути виражені схемою «якщо..., то...». Причому ці відносини характеризуються тим чи іншим ступенем імовірності, а не є жорстко детермінованими.

Тому й вимоги до статистичних показників у соціально-комунікативних моделях не такі жорсткі, як в економетричних. Учені наголошують, що «суспільні явища вирізняються величезним розмаїттям типів, форм і етапів становлення й розвитку. Незважаючи на це, усі вони перебувають у стані певного зв'язку та взаємодії. Звідси випливає, що й показники, які їх характеризують, так чи інакше взаємопов'язані між собою. Однак цей зв'язок між показниками далеко не в усіх випадках настільки істотний, щоб можна було зв'язати їх у єдину систему у вигляді деякої схеми» [13, с. 253].

Отже, функції статистичних показників у соціально-комунікативних дослідженнях полягають у виконанні таких функцій. Насамперед наявність статистичних показників об'єкта соціально-комунікативного дослідження дає можливість, хоча й не завжди, виявити важливі кількісні взаємозалежності між елементами цього об'єкта. Хоча сама сутність соціально-комунікативних моделей, на відміну від економетричних моделей, не передбачає їх повної статистичної верифікації.

По-друге, статистичні показники, якщо є можливість їх використання в процесі соціально-комунікативного аналізу, дають кількісну характеристику відповідного об'єкта. Тобто важливою функцією статистичних показників при соціально-комунікативному дослідженні є забезпечення коректного тлумачення елементів, процедур і результатів відповідного дослідження.

По-третє, статистичні показники в соціально-комунікативних моделях можуть виконувати функції верифікації тих чи інших гіпотез. Тобто статистичний аналіз окремих параметрів й об'єкта дослідження в цілому виступає інструментом перевірки щодо логічності, обґрунтованості, урешті-решт реалістичності ймовірного формування певних ситуацій, припущень і висновків. Найпростіший приклад: сума частин цілого не може бути більшою ніж 100 %. Якщо ж при дослідженні певного об'єкта це правило порушується, то потрібна перевірка висхідних даних на предмет їх достовірності. Також інформація про значні та стрімкі зміни певного об'єкта аналізу, як, наприклад, ціни товарів, курсів валют тощо, потребує належного пояснення. Якщо ж таке пояснення в супровідній інформації відсутнє, то потрібна додаткова перевірка такого об'єкта. Тому користувачі статистичних даних «повинні чітко розуміти особливості розрахунку тих чи інших показників, щоб враховувати це у прикладних дослідженнях» [13, с. 259].

Розвиток української економіки дає великий і різноманітний емпіричний матеріал для соціально-комунікативного дослідження фінансових відносин. Зокрема, кампанія, яку останнім часом проводить Національний банк України (далі – НБУ) з виявлення реальних власників українських комерційних банків, спрямована на подолання чи хоча б істотне послаблення згадуваної вище інформаційної асиметрії у вітчизняній банківській системі. Використання ефекту інформаційної асиметрії давало можливість власникам банків перекладати ризики свого бізнесу на клієнтів банків і державу, яка фінансово підтримує Фонд гарантування вкладів фізичних осіб.

Однак самі по собі ці заходи НБУ повністю подолати інформаційну асиметрію фінансових відносин не зможуть. Адже це явище обумовлене не лише різною поточною поінформованістю учасників фінансових ринків, а й відмінностями у їхніх знаннях щодо механізмів функціонування цих ринків. Так, для більшості населення ключовим сигналом (кодом комунікації) щодо вибору банку для розміщення своїх коштів є величина

відсоткової ставки по депозитах. Зворотна ж залежність між величиною відсоткової ставки й ступенем ризику розміщення депозиту в певному банку населенню дуже часто не зрозуміла. Зростання в Україні кількості вкладників неплатоспроможних банків, які постраждали, доводить, що, як правило, при різному тлумаченні кодів комунікацій (модель Лотмана) більше втрачає гірше поінформований їхній учасник.

Як зазначалося вище, в Україні неможливі блокування чи монополізація каналів передачі публічної інформації про фінансові відносини. Тому в разі поширення інформації, неприйнятної для тих чи інших учасників таких відносин, вони переважно змушені реагувати у відповідь своїм тлумаченням подій. Так, у березні 2016 р. голова правління Ощадбанку А. Пишний в інтерв'ю газеті «Дзеркало тижня» заявив, що на телеканалі «Інтер» проти нього розпочалася інформаційна кампанія, яка, за його словами, «дивним чином збіглася з подачею позову до одного з позичальників» [14, с. 6].

Аналогічна комунікативна ситуація в українському інформаційному просторі, тільки в значно більших масштабах, виникла у зв'язку з визнанням неплатоспроможним банку «Хрещатик». Тоді своє тлумачення причин цієї події оприлюднили посадові особи банку «Хрещатик», НБУ, Київської міської державної адміністрації, а також багато журналістів, політиків, бізнесменів і політологів. При цьому нестачі у взаємних звинуваченнях не було. Хоча проведене дослідження дає підстави вважати, що приватні акціонери банку «Хрещатик», відчувши загрозу своїм статкам, вельми активно почали виводити свої кошти із цієї фінансової установи, що, урешті-решт, і призвело до її краху. Проблеми ж, з якими стикнулися клієнти цієї фінансової установи, є черговою ілюстрацією згадуваного вище ефекту асиметрії інформації у фінансових відносинах.

Не виключено, що крах банку «Хрещатик» пов'язаний певним чином з однією з великих застарілих проблем нашої банківської системи – кредитуванням так званих інсайдерів. Це ситуація, коли кінцевий власник банку через цю фінансову установу кредитує формально юридично незалежне підприємство, у якому він також є кінцевим власником. Тоді, як показує вітчизняний досвід, пріоритетним інтересом для зазначеного власника були, як правило, інтереси підприємства-позичальника, а не банку, що надавав кредит. Умови кредитування підприємства-інсайдера були, як правило, пільгові. Але в кризові періоди, коли стрімко зростає попит на гроші, а обсяги коштів на депозитних рахунках у банках часто швидко

скорочуються, кредитування інсайдерів стає джерелом додаткових фінансових проблем у сфері фінансових відносин.

Яскравою ілюстрацією згубності для банківської системи й суспільства в цілому практики надмірного інсайдерського кредитування можуть служити події навколо фінансово-промислових груп К. Жеваго (банк «Фінанси і кредит») й О. Бахматюка (банки «Фінансова ініціатива» та «VAB банк»). Як зазначила голова НБУ В. Гонтарева, «така... історія «Фінансів та кредиту» – людина видала собі рідний 76% портфеля! Банки Бахматюка: один видав 64% інсайдерам, інший – 96%. На цьому й було побудовано їхні дуті бізнес-імперії. Дивимось далі. В інших узагалі нічого не було, усе вивели давним-давно, залишивши тільки сміттєві папери... «Фінанси та кредит» фактично «помер» ще в 2009 р. І тільки отримані ним тоді 6,4 млрд грн рефінансування допомагали тримати його на плаву» [15, с. 6]. Важливо, що свого часу різні обсяги рефінансування від НБУ отримували й інші нинішні банки-банкрути.

Дослідження фінансових відносин із соціально-комунікативних позицій, включаючи аналіз кодів і контекстів повідомлень у ЗМІ, дало змогу виявити деякі економіко-психологічні настанови, що притаманні багатьом представникам великого українського бізнесу й державного управління та відчутно впливають на їхню професійну поведінку. Насамперед ідеться про масове ігнорування механізмів соціальної пам'яті зазначеними соціальними верствами. Так, про циклічність капіталістичної (товарної) економіки вчили ще в радянських підручниках з політекономії, не говорячи вже про значний обсяг сучасної російсько- й україномовної наукової та аналітичної літератури з цієї проблеми у вітчизняному інформаційному просторі, включаючи бібліотеки. Тому, за умов належного поширення стратегічного мислення в середовищі вітчизняних бізнесменів, політиків і державних чиновників, українські банки й інші великі підприємства могли б краще підготуватися до кризи 2008–2009 рр. та її наслідків. Тим більше що певні сигнали про таку загрозу з'явилися ще 2007 р., а може, і раніше. Доказом дефіциту стратегічного мислення є й те, що реформу української банківської системи, навіть за її нагальної потреби, не було розпочато до 2014 р., тобто за більш сприятливих умов, ніж сьогодні.

Проведений соціально-комунікативний аналіз дав змогу виявити й ставлення різних соціальних груп до проблеми фінансових ризиків. Інформація про діяльність власників неплатоспроможних банків засвідчила,

що банківський бізнес для багатьох його власників був, по суті, другорядним, оскільки врешті-решт вони не пов'язували з ним ні основних джерел своїх доходів і статків, ні свого соціального статусу як такого. Основні фінансові ризики в результаті перекладалися на державу, а по суті, на платників податків, за чий рахунок урешті-решт відшкодовувалися збитки фізичних осіб (домогосподарств) від втрати коштів на депозитних рахунках у неплатоспроможних банках.

При цьому треба звернути увагу на певну асиметрію оцінок у вітчизняних ЗМІ щодо банкрутства ряду банків. Доволі часто оглядачі так чи інакше акцентували увагу на тому, що саме держава, як правило в особі НБУ, не запобігла краху певного банку, а на провину власників чи менеджменту відповідної фінансової установи в її краху, часто пов'язаного з поширенням ризикованих фінансових операцій, належної уваги не зверталось. Зазначене характеризує й частину ЗМІ, а також деякі соціально-психологічні настанови й стереотипи, що поширені в українському суспільстві та впливають на характер кодування/декодування інформації в мережі фінансових комунікацій. Зокрема, це ще доволі поширені патерналістські настрої та слабка здатність до пошуку компромісів і координації поведінки заради досягнення загально визнаної суспільної мети в українському соціумі.

У підсумку треба наголосити, що висока ефективність соціально-комунікативних досліджень, невелика частина яких представлена вище, була досягнута саме завдяки колективній організації інформаційно-аналітичної роботи в СІАЗ НБУВ. В основі такої організації лежить раціональний поділ праці в колективі. Саме завдяки йому у визначені терміни створюються якісні інформаційно-аналітичні продукти [16, с. 116–117].

Таким чином, проведений вище аналіз показує значні можливості та вагомі досягнення наукової бібліотеки у сфері соціально-комунікативного дослідження фінансових відносин з урахуванням трансформаційного характеру української економіки й суспільства в цілому.

Література

1. *Райзберг Б. А.* Современный экономический словарь. – Б. А. Райзберг, Л. Ш. Лозовский, Е. Б. Стародубцева. – 2-е изд., исправ. – Москва : ИНФРА-М, 1998. – 479 с.

2. *Струкова Н. Л.* Информационно-библиотечное обслуживание новых экономических структур / Н. Л. Струкова // Библиотечное обслужи-

вание в изменившейся системе экономических отношений : сб. науч. тр. / ГПНТБ СО РАН. – Новосибирск, 1995. – 151 с.

3. Давидова І. О. Інформаційний менеджмент / І. О. Давидова. – Харків : Друкарня Мадрид, 2015. – 328 с.

4. Гитман Л. Основы инвестирования / Л. Гитман, М. Джонк. – Москва : Дело, 1997. – 1008 с.

5. Шеннон К. Работы по теории информации и кибернетике / К. Шеннон – Москва : Изд-во иностр. л-ры, 1963. – 830 с.

6. Якобсон Р. Лингвистика и поэтика / Р. Якобсон // Структурализм: «за» и «против». – Москва : Прогресс, 1975. – С. 193–230.

7. Лотман Ю. М. Внутри мыслящих миров / Ю. М. Лотман // Семиосфера. – Санкт-Петербург : Искусство, 2000. – С. 149–390.

8. Почепцов Г. Г. Теория коммуникации / Г. Г. Почепцов. – Москва : Рефл-бук, Киев : Ваклер, 2001. – 656 с.

9. Кулицький С. Дослідження фінансових комунікацій на базі ресурсів наукової бібліотеки / С. Кулицький // Наук. пр. Нац. б-ки України ім. В. І. Вернадського. – Київ, 2012. – Вип. 33. – С. 63–79.

10. Сорос Д. Алхимия финансов. Рынок: как читать его мысли / Д. Сорос. – Москва : ИНФРА-М, 1996. – 416 с.

11. Панасенко Г. О. Довіра населення до банківської системи як чинник зміцнення ресурсного потенціалу банків / Г. О. Панасенко // Наук. пр. НДФІ. – 2015. – № 4. – С. 91–103.

12. Фергюсон Н. Восхождение денег / Н. Фергюсон. – Москва : АСТ: CORPUS, 2015. – 431 с.

13. Институциональные и технологические изменения в странах с рыночной и переходной экономикой. – Киев : Києво-Могилянська академія, 2015. – 336 с.

14. Пишний А.: «Моя відповідь коротка: напартачив – зобов'язаний відповідати» // Дзеркало тижня. – 2016. – № 12. – С. 1, 6, 7.

15. Гондарева В.: «Ці статки й ця так звана олігархія – дуті бульбашки» // Дзеркало тижня. – 2015. – № 36–37. – С. 1, 7.

16. Кулицький С. Методичні аспекти аналітичної діяльності наукової бібліотеки в інформаційному просторі української економіки / С. Кулицький // Наук. пр. Нац. б-ки України ім. В. І. Вернадського. – Київ, 2014. – Вип. 39. – С. 111–121.

References

1. Rajzberg, B. A., Lozovskij, L. Sh., Starodubceva, E. B. (1998). *Sovremennij jekonomicheskij slovar* [The modern Dictionary of Economics]. Moscow: INFRA-M [in Russian].
2. Strukova, N. L. (1995). Informacionno-bibliotechnoe obsluzhivanie novyh jekonomicheskikh struktur [Information and library services of new economic structures]. *Bibliotechnoe obsluzhivanie v izmenivshejsja sisteme ekonomicheskikh otnoshenij – Library Service in the Changed System of the Economic Relations*. GPNTB SO RAN. Novosibirsk [in Russian].
3. Davydova, I. O. (2015). *Informatsijnyj menedzhment* [Information Management]. Kharkov: Drukarnia Madryd [in Ukrainian].
4. Gitman, L., Dzhonk, M. (1997). *Osnovy investirovaniya* [Fundamentals of Investing]. Moscow: Delo [in Russian].
5. Shannon, K. (1963). *Raboty po teorii informacii i kibernetike* [The works on the information theory and cybernetics]. Moscow: Izdatel'stvo inostranoj literatury [in Russian].
6. Jakobson, R. (1975). *Lingvistika i pojetika* [Linguistics and Poetics]. *Strukturalizm: «za» i «protiv» – Structuralism «For» and «Against»*. Moscow: Progress [in Russian].
7. Lotman, Ju. M. (2000). *Vnutri mysljashhih mirov* [Inside minded worlds]. *Semiosfera – The Semiosphere*. Saint Petersburg: Iskusstvo [in Russian].
8. Pochepcov, G. G. (2001). *Teorija kommunikacii* [The Theory of Communication]. Moscow: Refl-buk, Kiev: Vakler [in Russian].
9. Kulytskyi, S. (2012). *Doslidzhennia finansovykh komunikatsii na bazi resursiv naukovoï biblioteki* [Financial Communications Research at the Scientific Library resources]. *Naukovi pratsi Natsionalnoi biblioteki Ukrainy imeni V. I. Vernadskoho – Transactions of V. I. Vernadsky National Library of Ukraine*, issue 33, pp. 63–79 [in Ukrainian].
10. Soros, G. (1996). *Alhimija finansov. Rynok: kak chitat ego mysli* [The Alchemy of Finance: Reading the Mind of the Market]. Moscow: INFRA-M [in Russian].
11. Panasenko, H. O. (2015). *Dovira naseleennia do bankivskoi systemy yak chynnyk zmitsnennia resursnoho potentsialu bankiv* [Confidence in the banking system as a factor strengthening the resource potential of banks]. *Naukovi pratsi NDFI – Scientific Works of NSFI*, no. 4, pp. 91–103 [in Ukrainian].
12. Fergjusun, N. (2015). *Voshozhdenie deneg* [A Financial History of the World]. Moscow: AST: CORPUS [in Russian].

13. Institucional nye i tehnologicheskie izmenenija v stranah s rynochnoj i perehornoj jekonomikoj [Institutional and Technological Changes in Countries with Market and Transition economies]. (2015). Kyiv: Vydavnychi dim «Kyievo-Mohylianska akademiia» [in Russian].

14. Pyshnyj, A. (2016). «Moia vidpovid korotka: napartachyv – zoboviazanyi vidpovidaty» [«My answer is short: poor work – must meet»]. *Dzerkalo tyhnja – The Mirror of the Week*, no. 12, pp. 1, 6, 7 [in Ukrainian].

15. Hontareva, V. (2015). «Tsi statky y tsia tak zvana oliharkhiia – duti bulbashky» [«These fortunes and this so-called oligarchy are hollow bubbles»]. *Dzerkalo tyhnja – The Mirror of the Week*, no. 36–37, pp. 1, 7 [in Ukrainian].

16. Kulytskyi, S. (2014). Metodychni aspekty analitychnoi diialnosti naukovoï biblioteky v informatsiinomu prostori ukraïnskoï ekonomiky [Methodological aspects of analytical activity of scientific libraries in the information space of the Ukrainian economy]. *Naukovi pratsi Natsionalnoï biblioteky Ukraïny imeni V. I. Vernadskoho – Transactions of V. I. Vernadsky National Library of Ukraine*, issue 39, pp. 111–121 [in Ukrainian].

Стаття надійшла до редакції 16.05.2016.

Serhii Kulytskyi,

Cand. Sci., Senior Researcher, Assistant Professor,
V. I. Vernadsky National Library of Ukraine

Methodological Aspects of Social and Communicative Studies of Financial Relations in the Scientific Library

The article grounds feasibility of social and communicative studies of financial relationships by scientific library considering the transformational nature of today Ukrainian society. Such methodologies as Shannon-Weaver, Jacobson's and Lotman's models of communication, the «porter» model were used. The usage of models of communication allows to trace the relations between the information flows, codes and contexts of messages, and behavior of economic agents in Ukrainian financial market. The article shows capabilities of major research libraries as public institutions of social memory in social and communicative studies of financial relationships.

Keywords: bank, information, code, context, model of communication, scientific library, social memory, financial relationships, financial communications.

Сергей Кулицкий,

канд. экон. наук, доцент, ст. науч. сотр.,

Национальная библиотека Украины имени В. И. Вернадского

**Методические аспекты социально-коммуникативного исследования
финансовых отношений в научной библиотеке**

В статье обосновывается целесообразность социально-коммуникативного исследования финансовых отношений, с учетом трансформационного характера украинского общества, подразделением научной библиотеки. Как методический прием исследования использованы модели коммуникации по Шеннону, Якобсону, Лотману, модель «привратника». Использование моделей коммуникации позволило на конкретных примерах отследить связь между потоками информации, кодами и контекстом сообщений и поведением экономических агентов на финансовом рынке Украины. В статье показаны возможности крупных научных библиотек как общественных институтов социальной памяти при социально-коммуникативном исследовании финансовых отношений.

Ключевые слова: банк, информация, код, контекст, модель коммуникации, научная библиотека, социальная память, финансовые отношения, финансовые коммуникации.