

<https://doi.org/10.15407/np.61.098>
УДК 027.021:025.5]:355.451:33

Сергій Кулицький,

кандидат економічних наук, доцент, старший науковий співробітник,
Національна бібліотека України імені В. І. Вернадського
Голосіївський просп., 3, Київ, 03039, Україна
e-mail: kulitskysp@ukr.net
<https://orcid.org/0000-0001-5388-1807>

ЗМІСТОВО-ФУНКЦІОНАЛЬНА СТРУКТУРИЗАЦІЯ ІНФОРМАЦІЙНОГО ПРОСТОРУ В АНАЛІТИЧНІЙ РОБОТІ НАУКОВОЇ БІБЛІОТЕКИ

У статті розглянуто результати дослідження підходів до змістово-функціональної структуризації публічного інформаційного простору для інформаційно-аналітичного супроводу стратегічних комунікацій національної економіки. Емпіричною базою статті є ресурси і досвід роботи інформаційно-аналітичних підрозділів Національної бібліотеки України ім. В. І. Вернадського. Інформаційний простір є макроджерелом інформації для формування стратегічних комунікацій національної економіки. Змістово-функціональна структуризація публічного інформаційного простору потрібна для ефективного інформаційно-аналітичного супроводу стратегічних комунікацій національної економіки. Ця структуризація передбачає встановлення залежності між якісними характеристиками різних видів джерел інформації та їх функціями при формуванні стратегічних комунікацій економіки. Якісні характеристики джерел інформації залежать від їх суспільної функції, інтересів їхніх власників і менеджерів, специфіки функціонування цих джерел. Для змістового наповнення стратегічних комунікацій національної економіки доцільно структурувати інформаційний простір за такими функціями різних видів джерел інформації: теоретико-методична, емпірична, стимулююча і контрольна. Теоретико-методичну функцію змістового наповнення стратегічних комунікацій виконують наукові та аналітичні джерела інформації. Емпіричну функцію виконують публічні інформаційні матеріали органів державної влади і управління, підприємств, маркетингових і соціологічних організацій, засоби масової інформації. Стимулюючу функцію можуть виконувати різні джерела інформації, включаючи соціальні мережі залежно від ситуації. Виконання контрольної функції є результатом використання аналітиком різних джерел за потребою.

Ключові слова: джерела інформації, економіка, інформаційний простір, інформаційно-аналітична діяльність (робота), наукова бібліотека, стратегічні комунікації.

Формування та вдосконалення стратегічних комунікацій національної економіки – невід’ємна умова її ефективності. Водночас серед фахівців поширене уявлення про стратегічні комунікації як про «скоординоване та узгоджене всіма учасниками використання засобів комунікативного впливу держави на тривалий період, які втілюються у формі публічної дипломатії, зв’язків з громадськістю, військових зв’язків, інформаційних та психологічних операцій» [1, с. 354]. Тобто до категорії стратегічних віднесені ті комунікації суб’єкта, де він є відправником інформації, зміст якої сам і формулює.

Утім для формування змісту повідомлень стратегічних комунікацій, їх ініціатор/виконавець має зібрати й обробити певний обсяг інформації. У цей період він є отримувачем різноманітних повідомлень і сам стає об’єктом інформаційно-психологічного впливу. Також йому при цьому треба долати негативний вплив інформаційного шуму, виконувати відповідну аналітичну та прогностичну роботу тощо. За певних умов ініціатор стратегічних комунікацій частину роботи з їх підготовки може передати іншим суб’єктам інформаційної діяльності, включаючи великі наукові (універсальні) бібліотеки.

Тому стратегічні комунікації у сфері економіки доцільно розглядати як інформаційно-аналітичні механізми й результати розробки та реалізації найважливіших планів, програм і заходів для розвитку економічних об’єктів різного рівня (від окремого суб’єкта підприємництва до національної економіки в цілому). До стратегічних слід відносити зовнішні та внутрішні комунікації таких об’єктів, значущі для розвитку їх і суспільства загалом у довготривалому періоді. На національному рівні це – функції органів державного управління.

Своєрідним макроджерелом інформації для формування і вдосконалення стратегічних комунікацій суб’єктів економіки є відповідний сегмент національного інформаційного простору. При цьому інформаційний простір національної економіки структурований за різними ознаками його учасників і за характером джерел інформації, що в ньому функціонують. Тому формування і подальший супровід стратегічних комунікацій національної економіки набуває форми інформаційно-аналітичної діяльності, в процесі якої фахівці згідно з певними критеріями відбирають з інформаційного простору потрібні їм повідомлення й дані та відповідним чином їх опрацьовують.

У цих процесах беруть участь різні суб’єкти інформаційної діяльності суспільства, включаючи наукові (великі універсальні) бібліотеки. Причому потреба в удосконаленні бібліотечно-аналітичного супроводу

стратегічних комунікацій економіки стрімко зростає у складні, особливо кризові, періоди для суспільства. Саме такий період переживає нині український соціум. Усім зазначеним вище й визначається актуальність теми цієї статті.

Проблема, про яку йдеться у цій статті, перебуває, так би мовити, «на перехресті» кількох тематичних напрямів досліджень, представлених певними науковими публікаціями. Мова про дослідження інформаційного простору, стратегічних комунікацій та інформаційно-аналітичної роботи бібліотеки.

Попри вельми широке використання поняття «інформаційний простір», робіт, у яких би цей феномен цілеспрямовано досліджувався, не так вже й багато. Насамперед тут треба згадати роботи професора Г. Почепцова, де постійно відстежуються зміни, що відбуваються в інформаційному просторі. Але предметом його досліджень є переважно масова інформація та механізми її впливу на населення. А для інформаційно-аналітичного супроводу стратегічних комунікацій потрібна передусім спеціальна інформація. Так, питання бібліотечної роботи в інформаційному просторі з використанням інтернет-комунікацій зі сфери політики розглядаються, наприклад, у роботі М. Закірова [2, с. 225–234].

Попри те, що у професійній спільноті виняткова роль інформаційної діяльності у функціонуванні економіки є аксіомою, в роботах економістів дослідженню інформаційного простору національної економіки приділяється не надто багато уваги. Так, В. Плескач і Т. Затонацька акцентують увагу на структурі інформаційного простору, який, на їхню думку, складається з таких головних компонентів як інформаційні ресурси, що містять дані, відомості та знання, зафіксовані на відповідних носіях інформації, засоби інформаційної взаємодії та організаційні структури, що забезпечують таку взаємодію [3, с. 55]. Але змістове наповнення інформаційного простору вони не досліджують.

Теоретико-методичні питання функціонування інформаційного простору у контексті стратегічного управлінського обліку розглядає у своїй монографії Н. Єршова. При цьому акцент зроблено на ролі обліково-аналітичної інформації в процесі стратегічного управлінського обліку підприємств. Вона, наприклад, виділяє «інформаційне поле як елемент інформаційного простору управлінського стратегічного обліку», яке «містить велику кількість різномірної економічної інформації» [4, с. 137]. Утім, попри певний акцент на змістовому аспекті інформаційного простору економіки, в цій роботі теоретичні положення не ілюструються відповідними практичними прикладами [4]. По суті,

питання змістово-функціональної структуризації інформаційного простору економіки у зазначених роботах не розглядаються, як і роль бібліотек у цьому процесі.

Певні питання змістово-функціональної структуризації джерел інформації, але не інформаційного простору економіки загалом, досліджуються деякими фахівцями з конкурентної (підприємницької) розвідки. Хоча роль бібліотек у цьому процесі згадується побіжно [5, с. 51].

Загалом, у працях економістів стратегічні комунікації у сфері економіки, як правило, розглядаються побіжно у рамках дослідження стратегії розвитку різних економічних об'єктів. Причому механізмам формування змісту повідомлень у цих комунікаціях як інформаційно-психологічної основи їхнього впливу приділяється небагато уваги [6]. А відомий дослідник інформаційно-комунікативної проблематики професор Г. Почепцов, розглядаючи досвід стратегічного аналізу для політики та бізнесу, лише побіжно зупиняється на деяких аспектах функціонування стратегічних комунікацій як таких [7].

Якщо ж говорити про бібліотечні дослідження стратегічних комунікацій, то вони значно більше зосереджені на питаннях внутрішньої та зовнішньої політики, права, культури та освіти, ніж економіки. Цю специфіку сучасного етапу інформаційно-аналітичної роботи наукової бібліотеки відображено, наприклад, у роботі О. Ворошилова [8]. А практику і потенціал роботи бібліотек у глобальному і національному інформаційних просторах з урахуванням ролі стратегічних комунікацій у цих процесах розглянуто в роботі В. Горового. Хоча питання економіки розвитку в ній згадуються побіжно [9].

Отже, згадані вище тематичні напрями досліджень представлені сукупностями відповідних робіт. Але автор не знайшов наукових робіт, де б синтезували дослідження зі згаданих вище тем у цілісну працю з опорою на емпіричну базу, досвід практичної інформаційно-аналітичної роботи у сфері економіки. Тому метою цієї статті є дослідження теоретичних і практичних питань змістово-функціональної структуризації публічного інформаційного простору для інформаційно-аналітичного супроводу стратегічних комунікацій національної економіки на базі ресурсів наукової бібліотеки. Емпіричною базою дослідження є багаторічний досвід і практичні результати роботи Центру дослідження соціальних комунікацій і, зокрема, Служби інформаційно-аналітичного забезпечення органів державної влади Національної бібліотеки України ім. В. І. Вернадського (СІАЗ НБУВ), а також фонди НБУВ разом з матеріалами, отримуваними з Інтернет.

З інформаційного простору суб'єкти економіки отримують інформацію для роботи над своїми стратегічними комунікаціями. При цьому до реально функціонуючого інформаційного простору конкретної національної економіки треба відносити не лише ті джерела інформації, які формуються на території цієї держави, а й ті, що сформовані за її межами. Адже за сучасного рівня розвитку технологій зв'язку державам часто вкрай важко контролювати зміст транскордонних інформаційних потоків. Де-факто до національного інформаційного простору потрапляють також іноземні джерела. Особливо це стосується економічної діяльності, яка за своєю природою дуже часто потребує інформації не лише з національних, а й з іноземних джерел.

Водночас інформаційний простір доцільно сегментувати за критерієм права доступу споживачів до інформації, оскільки в ньому одночасно циркулює не лише відкрита (публічна) інформація, а й інформація з обмеженим доступом – конфіденційна і секретна. Іноді частина такої інформації по різних каналах комунікації потрапляє до публічного сегмента інформаційного простору. Як зазначав адмірал Захарія, шеф розвідувальної служби флоту США часів Другої світової війни, «більша частина корисної інформації – 95% – не є секретом» [5, с. 53]. Деякі вітчизняні фахівці з розвідки вважають, що «розвіддані з відкритих джерел іноді можуть перевершувати таємну інформацію своєю цінністю з погляду їх аналізу. Під загальною цінністю розвідданих розуміють такі їх аспекти, як швидкість доступу, обсяги, якість, достовірність, зрозумілість і легкість подальшого використання, вартість отримання» [10, с. 78].

Публічний інформаційний простір – сегмент загального інформаційного простору, де функціонує інформація, право доступу користувачів до якої не обмежене відповідними правовими нормами [11, с. 76–77]. Саме у публічному інформаційному просторі інформаційно-аналітична діяльність наукових (універсальних) бібліотек може бути дуже ефективною, що й підтверджується досвідом роботи НБУВ.

Для ефективного супроводу стратегічних комунікацій у публічному інформаційному просторі національної економіки, на думку автора, доцільно виділити наступні категорії суб'єктів з притаманними їм суспільними функціями, інтересами та відповідною специфікою інформаційної діяльності.

Насамперед це комерційні організації (юридичні особи), суспільна функція яких полягає у виробництві та продажу товарів і послуг. Аналогічну суспільну функцію виконують і фізичні особи-підприємці (ФОП). Але можливості та масштаби інформаційної діяльності комерційних

організацій значно більші. Помітне місце в інформаційному просторі української економіки посідають також некомерційні/громадські організації, включаючи міжнародні, суспільна функція яких полягає у презентації та захисті інтересів певних груп юридичних і фізичних осіб. Свою нішу в цьому ж просторі має населення, яке в економічному контексті виступає продавцем робочої сили та споживачем товарів і послуг. І дуже важливу роль в інформаційному просторі економіки виконують органи державної та місцевої влади й управління.

Виконання зазначеними вище суб'єктами своїх суспільних функцій тісно пов'язане із захистом їхніх інтересів і продукуванням інформації, певна частина якої може бути використана для формування та супроводу стратегічних комунікацій національної економіки. Усвідомлення характеру діяльності цих суб'єктів необхідне для правильної змістово-функціональної структуризації публічного інформаційного простору національної економіки. Різні види джерел інформації виконують в процесі такої структуризації різні функції.

Як свідчить досвід роботи інформаційно-аналітичних підрозділів НБУВ, конкурентними перевагами великої наукової бібліотеки у змістовому наповненні стратегічних комунікацій національної економіки, порівняно з іншими інформаційними посередниками, є величезний масив джерел інформації, з урахуванням доступу до джерел з Інтернет, що перебуває у їхньому розпорядженні, та досвід колективної інформаційно-аналітичної роботи. Причому організація колективної такої роботи створює додаткові можливості змістового наповнення стратегічних комунікацій національної економіки не лише щодо термінів підготовки відповідних матеріалів, а й щодо поліпшення якості цих матеріалів, порівняно з роботою фахівця-одинака.

Змістово-функціональна структуризація публічного інформаційного простору передбачає встановлення залежності між якісними характеристиками різних типів джерел інформації та їх функціями під час супроводу стратегічних комунікацій національної економіки. Фахівець з інформаційного менеджменту Д. Ніколас виділяє наступні функції використання інформації (інформаційні функції) відповідно до її призначення в інформаційній роботі: функція пошуку даних – отримання заздалегідь наміченої інформації довідкового характеру; функція оперативної поінформованості – отримання регулярних повідомлень про поточну ситуацію; дослідницька функція – одержання інформації для проведення глибокого дослідження у новій для суб'єкта сфері знань, діяльності тощо; ознайомча функція – одержання суб'єктом базової інформації, необхідної

для розуміння ним проблеми дослідження; стимулююча функція – одержання інформації для генерації нових ідей, нових стимулів для подальшої інтелектуальної діяльності [12, с. 25–29].

Утім, на думку автора, перелічені функції джерел інформації для більш ефективного змістового наповнення стратегічних комунікацій національної економіки доцільно переформатувати і подекуди доповнити наступним чином: теоретико-методична, емпірична, стимулююча і контрольна функції. Коротко охарактеризуємо їх.

Працюючи над оглядовими й аналітичними матеріалами для змістового наповнення стратегічних комунікацій у сфері економіки, за потреби, виконавці можуть звертатись до джерел інформації, які доповнюють їхні теоретичні знання і методичні навички, необхідні для підготовки цих матеріалів. У цьому полягає теоретико-методична функція відповідних джерел інформації. Їх використання забезпечує належну якість підготовки матеріалів для змістового наповнення стратегічних комунікацій, але не їх конкретний зміст як такий. У Д. Ніколаса це – дослідницька та ознайомча інформаційні функції, які є різними проявами теоретико-методичної функції та залежать від рівня компетентності виконавця з проблеми, яка ним розробляється. За нижчого рівня компетентності проявляється дослідницька функція інформації, оскільки виконавцю треба відповідним чином поглибити свої знання. А за вищого – ознайомча.

Безпосередньо ж зі змістовим наповненням стратегічних комунікацій у сфері економіки пов'язана емпірична функція джерел інформації. У Д. Ніколаса до неї належать функції пошуку даних та оперативної поінформованості. Але вони не вичерпують повністю зміст емпіричної функції джерел інформації. Ця функція проявляється у роботі з фактами та їх оцінками, представленими у відповідних джерелах інформації, а також у розширенні тезаурусу виконавців завдяки їхній роботі над конкретними фактами й оцінками.

Суть представленої Д. Ніколасом стимулюючої функції інформації у цьому дослідженні змінювати не доцільно. Але треба вказати на контрольну функцію джерел інформації в процесі змістового наповнення стратегічних комунікацій національної економіки. Суть її полягає в тому, що для перевірки достовірності та інших якісних характеристик інформації з одних джерел, крім різних форм їх аналізу, доцільно використовувати й інші джерела інформації.

Мета й інтереси власників і менеджерів різних джерел інформації можуть не відповідати цілям інформаційно-аналітичного супроводу стратегічних комунікацій національної економіки. Тому при вирішенні

завдань такого супроводу доцільно враховувати такі чинники потенційного впливу на інформаційно-аналітичний процес: цільова функція джерела інформації; інтереси та інформаційна політика їхніх власників і менеджменту; переваги й недоліки, притаманні певному виду джерел інформації; імовірні механізми викривлення інформації та оцінки її достовірності. Врахування зазначених чинників дає змогу ґрунтовніше підійти до змістово-функціональної структуризації інформаційного простору національної економіки.

Зокрема, теоретико-методичну функцію інформаційно-аналітичного супроводу стратегічних комунікацій національної економіки виконує сегмент публічного інформаційного простору, представлений джерелами наукової і почасти аналітичної інформації. Викладки, представлені у таких джерелах, особливо наукових, нерідко є результатом критичного узагальнення певного емпіричного дослідження. Тому використання цих джерел забезпечує належну якість оглядових і аналітичних робіт, але їх зміст, як правило, безпосередньо не потрапляє до матеріалів для супроводу стратегічних комунікацій.

Можливість виконання теоретико-методичної функції інформаційно-аналітичного супроводу стратегічних комунікацій джерелами наукової і почасти аналітичної інформації визначається наступним. Цільова функція таких джерел – об'єктивна подача інформації про стан і (чи) ймовірні зміни певного об'єкта. На це спрямовані й інтереси відправника інформації, його інформаційна політика. Ймовірні механізми та ступінь викривлення інформації в цих джерелах пов'язані з впливом наукових шкіл, до яких тяжіє відправник інформації, панівними для даного суспільства чи якоїсь його соціальної групи настановами і стереотипами, індивідуальними характеристиками автора, випадковими похибками тощо. Ступінь такого викривлення загалом значно менший, ніж в інших типах джерел інформації.

Наприклад, фундаментальна праця М. Портера «Міжнародна конкуренція» («Международная конкуренция»), що насичена фактичними матеріалами та статистичними даними [13], – надзвичайно корисне джерело теоретико-методичної інформації для підготовки аналітичних робіт з питань міжнародної торгівлі та функціонування світової економіки. Усвідомлення представлених у ній прикладів дає змогу аналітику ефективніше опрацьовувати наявну у нього емпіричну інформацію. Так само розуміння закономірностей дії адаптивних механізмів поведінки робочої сили в процесі економічних змін дозволяє правильно інтерпретувати відповідну емпіричну інформацію щодо ситуації на ринку праці.

Зазначені властивості наукової інформації використані в практичній роботі СІАЗ НБУВ при підготовці аналітичних матеріалів з питань української зовнішньої торгівлі та розвитку ситуації на ринку праці.

Емпіричну функцію, пов'язану зі змістовим наповненням стратегічних комунікацій у сфері економіки, виконує широкий спектр джерел інформації: публічні інформаційні матеріали органів державної влади та управління, великих компаній, професійних об'єднань, соціологічних, аналітичних і консалтингових організацій, значна частина засобів масової інформації (ЗМІ) та деяка частина інформації з соціальних мереж. Інформація, що міститься у цих джерелах може бути представлена у текстовій, статистичній та графічній формах. Зміст зазначених джерел інформації формується різними суб'єктами зі своїми інтересами й різним рівнем професіоналізму у сферах економічної та інформаційної діяльності. Відповідно, різні й можливості використання інформації з цих джерел для змістового наповнення стратегічних комунікацій національної економіки.

Так, інформаційні матеріали органів державної влади й управління, за рівнем достовірності представленої в них інформації, близькі до наукових видань, хіба що з деякою поправкою на певні відомчі інтереси. Для практичної підготовки аналітичних матеріалів з багатьох проблем економіки інформаційні матеріали органів державної влади та управління є незамінними. Це стосується аналітичних і статистичних матеріалів Державної служби статистики України, Національного банку України (НБУ), Міністерства фінансів України тощо. Причому надзвичайно важливим для поліпшення якості аналітичної продукції з економічної проблематики є доступ саме до статистичної інформації, оскільки кількісна характеристика соціально-економічних об'єктів дозволяє більш точно й обґрунтовано досліджувати економічні явища та процеси.

Також кількісна характеристика соціально-економічних об'єктів дає змогу істотно зменшувати неоднозначне тлумачення різноманітних відношень у цих явищах і процесах порівняно з тим, коли такі соціально-економічні об'єкти описуються лише вербально, без чіткого зазначення їхніх кількісних параметрів. Саме аналіз даних статистики НБУ дав змогу спростувати хибні твердження деяких ЗМІ про значну роль нинішніх китайських інвестицій в економіку України. Адже станом на 30 вересня 2020 р. китайські інвестиції в інструменти участі у капіталі становили лише 0,3% від сукупної вартості таких інвестицій в Україну, а китайські інвестиції у боргові інструменти – 0,8% відповідно.

Високий рівень достовірності та коректності притаманний інформації, яку оприлюднюють соціологічні, консалтингові та аналітичні організації.

Точність їхніх повідомлень значною мірою задається використанням статистичної інформації щодо певних об'єктів аналізу. Звичайно, йдеться про такі організації відповідно до характеру їхньої діяльності, а не лише за їхніми власними оцінками.

На публічну інформацію великих компаній та професійних об'єднань прямо чи опосередковано впливають їхні комерційні інтереси. Це може проявлятися, наприклад, у замовчуванні якихось фактів, їх незбалансованій подачі та тенденційних оцінках ситуації. Утім публічна інформація цих суб'єктів може бути корисною для розуміння та інтерпретації статистичної інформації, яка відображає функціонування конкретних ринків.

Дуже потужним джерелом різноманітної емпіричної інформації для змістового наповнення стратегічних комунікацій національної економіки є ЗМІ. Особливо аналітичного й ділового спрямування, які зорієнтовані на більш освічену і найбільш кваліфіковану в професійному плані аудиторію. Це відповідним чином впливає на якісні характеристики інформації у зазначених ЗМІ. Для підготовки оглядових і аналітичних матеріалів інформацію зі ЗМІ треба ділити, як це роблять фахівці з розвідки, на фактичну й оціночну.

Варто пам'ятати, що комерційні й інші інтереси засновників, власників і менеджменту можуть впливати на форму подачі та зміст інформації у ЗМІ, успішна підприємницька діяльність яких залежить, насамперед, від привернення та утримування уваги певної аудиторії. Тому ЗМІ можуть виконувати PR-функції, особливо замасковані, лобіювати чиїсь інтереси. У ділових ЗМІ цілеспрямоване викривлення інформації, коли воно є, здійснюється з урахуванням високого освітнього рівня та критичного способу мислення їхньої читацької аудиторії. Наприклад, за рахунок замовчування якихось суттєвих характеристик процесів і явищ. Водночас акцент у повідомленнях ЗМІ може робитися на другорядних економічних проблемах. Поширені й різні форми блефу тощо. Також кваліфіковані журналісти та редактори ділових видань враховують притаманні їхній читацькій аудиторії настанови та стереотипи, що впливає на якісні характеристики інформації та її сприйняття. Наведене є методичною основою для оцінки функціональної ролі ЗМІ як джерела змістового наповнення стратегічних комунікацій національної економіки.

Загалом функціональна роль ЗМІ у змістовому наповненні стратегічних комунікацій національної економіки визначається характером та режимом поданої ними інформації, що може бути використана у підготовці відповідних матеріалів. Спробуємо оцінити в цьому контексті емпіричну інформацію.

ЗМІ посідають особливе місце в реалізації емпіричної функції інформації, порівняно з іншими згаданими вище джерелами. У ЗМІ, так чи так, подається фактична інформація про реально існуючі економічні явища та процеси, які належним чином не відображаються у формах звітності органів державної та місцевої влади, галузевого управління і підприємств, в інших джерелах. Ідеться, наприклад, про тіньову економіку, трудову міграцію тощо.

У відображенні економічних явищ і процесів ЗМІ, поміж інших джерел, також вирізняються оперативністю. І хоча інформація зі ЗМІ за своєю точністю може поступатись відповідній офіційній звітності, але її перевагою, звичайно, за умов належної достовірності, є своєчасне інформування замовника про розвиток певних соціально-економічних процесів. Особливо важлива така інформація у переломні моменти розвитку економіки України, як, наприклад, у 2016 р., і за умов невизначеності. Яскравим прикладом невизначеності є вплив епідемії COVID-19 на розвиток української економіки.

Оскільки ЗМІ є і засобами комунікації, це робить їх «майданчиком» для інтеграції інформації з інших джерел, комунікації між різними суб'єктами і соціальними групами, перетворює на канал поширення конфіденційної та компрометуючої інформації. Використання такої інформації ЗМІ дає змогу аналітикам об'єктивніше оцінювати економічні явища та процеси в Україні.

Особливо важливі ЗМІ у подачі оціночної інформації, яка може бути використана для формуванні змісту стратегічних комунікацій національної економіки. Порівнюючи зміст коментарів і оцінок з фактичною інформацією з різних джерел, можна більш точно ідентифікувати інтереси певних індивідів і соціальних груп, а також джерела їхньої інформаційної підтримки.

Прикладом такого підходу може бути аналіз висвітлення подій навколо ПАТ «Мотор Січ» і активізації китайського лобі в інформаційному просторі України. Наприклад, член правління Українсько-китайського інвестиційного клубу А. Пилипенко заявив, що «тиск на китайських інвесторів “Мотор Січ” може коштувати українській економіці катастрофічних втрат», які «перевищать суму \$ 10 млрд і можуть підкосити українську економіку...». Оцінки інших лобістів китайських інтересів були обережнішими. Утім проведений аналіз засвідчив, що об'єктивність цих оцінок є вельми сумнівною. Зокрема, сума втрат України А. Пилипенком необґрунтовано завищена без будь-яких пояснень методики їх оцінки. Загалом, аналіз фактів засвідчив, що не можна виключати вірогід-

ність певних фінансово-економічних втрат для України через конфлікт з Китаєм щодо акцій ПАТ «Мотор Січ». Але їх не можна порівняти із загрозою оборонному потенціалу України, що виникне у разі втрати нашою державою ПАТ «Мотор Січ» [14].

Завдяки аналізу різних наративів та оціночних суджень можна краще зрозуміти соціально-психологічні механізми функціонування національної економіки у конкретні періоди. Зокрема це стосується впливу епідемії COVID-19 на розвиток української економіки. Відповідні інформаційно-аналітичні матеріали з цієї проблематики були підготовлені у СІАЗ НБУВ. Важливість аналізу повідомлень ЗМІ для кращого розуміння соціально-психологічних механізмів функціонування національної економіки переважає потенціал інших джерел інформації, крім результатів соціологічних опитувань.

Також використання ЗМІ, завдяки наведеним у них посиланням на інші джерела інформації, дає виконавцям оглядових і аналітичних матеріалів своєрідну «підказку» для їхньої подальшої пошукової роботи.

Щодо інформації з соціальних мереж треба наголосити, що можливості її використання у формуванні змісту стратегічних комунікацій національної економіки вельми обмежені з наступних причин. Зміст повідомлень у соціальних мережах відображає індивідуальні настрої, уподобання та прагнення. Коректне узагальнення цього змісту надто трудомістке, що знижує репрезентативність інформації з соціальних мереж. Ці мережі часто є полем інформаційно-психологічних операцій, що негативно впливає на виконання ними емпіричної функції. Тому при виконанні цієї функції інформаційно-аналітичного супроводу стратегічних комунікацій дієвим конкурентом соціальних мереж є соціологічні опитування.

Проте соціальні мережі цілком придатні для виконання стимулюючої функції при змістовому наповненні стратегічних комунікацій. Загалом, стимулюючу функцію можуть виконувати різні джерела інформації залежно від кваліфікації та індивідуальних психологічних властивостей виконавців. Тому прояви стимулюючої функції мають переважно випадковий характер. Хоча досвід науково-аналітичної роботи наводить на думку, що особливо продуктивні для генерації нових ідей оціночні судження, представлені у текстовій формі. Більш багаті на такі судження наукові й аналітичні видання, включаючи ЗМІ відповідного спрямування.

Що стосується контрольної функції джерел інформації в процесі змістового наповнення стратегічних комунікацій національної економіки, то процедури її реалізації залежать від змісту і форми повідомлення, яке

перевіряється. Зміст повідомлення, насамперед, піддається логічному аналізу на достовірність. У цьому разі визначальна роль належить професійній кваліфікації виконавця. У пригоді можуть стати довідково-енциклопедичні, наукові джерела.

Поширеним прийомом перевірки достовірності певної інформації є пошук аналогічних повідомлень в інших джерелах. При цьому обов'язково треба перевіряти незалежність згаданих джерел, чи не є вони похідними від якогось першоджерела, чи не належать одному власнику тощо. Можливості здійснення такої перевірки надає використання ЗМІ та довідкових сайтів. Так, у серпні 2018 р. ряд сайтів опублікували новину про те, що «трудова міграція негативно впливає на розвиток української економіки». Цю новину підхопили соціальні мережі. При цьому ЗМІ як на джерело інформації посилались на «Інфляційний звіт» Національного банку України за липень 2018 р. Але сайт ГО «Детектор медіа» повідомив, що зазначене твердження, яке поширили ЗМІ, вирване з контексту звіту НБУ і не має такого однозначного тлумачення [15]. А, за наявності у повідомленні, що перевіряється, даних соціально-економічної статистики, можна для їх перевірки спробувати застосувати математичні методи та статистичні дані з тих чи тих джерел.

Наостанок зазначимо, що прив'язка конкретних видів джерел інформації до зазначених вище функцій у інформаційно-аналітичному процесі не надто жорстка, хіба що за винятком зв'язку між джерелами наукової і почасти аналітичної інформації та виконуваною ними теоретико-методичною функцією.

Усе наведене вище засвідчує ефективність запропонованих підходів до змістово-функціональної структуризації публічного інформаційного простору для інформаційно-аналітичного супроводу стратегічних комунікацій національної економіки на базі ресурсів наукової бібліотеки.

Список бібліографічних посилань

1. Попова Т. В., Ліпкан В. А. Стратегічні комунікації : [словник]. Київ : ФОП О. С. Ліпкан, 2016. 416 с.
2. Закіров М. Інтернет-ресурси як інструмент стратегічних комунікацій : міжнародний досвід. *Наук. пр. Нац. б-ки України ім. В. І. Вернадського*. Київ, 2020. Вип. 58. С. 225–234. <https://doi.org/10.15407/np.58.224>.
3. Плескач В. Л., Затонацька Т. Г. Інформаційні системи і технології на підприємствах. Київ : Знання, 2011. 718 с.
4. Єршова Н. Ю. Стратегічний управлінський облік в умовах іннова-

ційно-орієнтованої моделі економіки. Х. : ФОП Лібуркіна Л. М., 2019. 392 с.

5. Хант Ч., Заргарьян В. Разведка на службе вашего предприятия. Киев : Укрзакордонвизасервис, 1992. 160 с.

6. Кулицький С. Аналітична діяльність бібліотеки як засіб ідентифікації, верифікації та позиціонування стратегічних комунікацій національної економіки. *Наук. пр. Нац. б-ки України ім. В. І. Вернадського*. Київ, 2019. Вип. 52. С. 199–214. <https://doi.org/10.15407/np.52.199>

7. Почепцов Г. Г. Стратегический анализ : стратегический анализ для политики, бизнеса и военного дела. Киев : Дзвін, 2004. 336 с.

8. Ворошилов О. Стратегічні комунікації у контексті еволюції наукових бібліотек. *Наук. пр. Нац. б-ки України ім. В. І. Вернадського*. Київ, 2020. Вип. 57. С. 204–213. <https://doi.org/10.15407/np.57.204>.

9. Горовий В. Бібліотечні орієнтири в глобальних інформаційних обмінах. *Наук. пр. Нац. б-ки України ім. В. І. Вернадського*. Київ, 2020. Вип. 58. С. 11–24. <https://doi.org/10.15407/np.58.011>.

10. Гвоздь В. І. Історичні, правові і політичні аспекти розвідувальної діяльності держави. Київ : Борисфен Інтел, 2018. 576 с.

11. Кулицький С. Підходи до аналізу змістового наповнення публічного інформаційного простору як складової формування стратегічних комунікацій у сфері економіки. *Наук. пр. Нац. б-ки України ім. В. І. Вернадського*. Київ, 2019. Вип. 53. С. 75–89. <https://doi.org/10.15407/np.53.075>.

12. Ніколас Д. Оцінка інформаційних потреб : Методи і технології. London : Aslib, 1996. 76 с.

13. Портер М. Международная конкуренция. М. : Международные отношения, 1993. 896 с.

14. Кулицький С. Глобальна експансія Китаю та проблеми розвитку української економіки. *Україна: події, факти, коментарі*. Нац. б-ка України ім. В. І. Вернадського. Київ, 2021. № 3. С. 42–58. URL: <http://nbuv.gov.ua/images/ukraine/2021/3.pdf>.

15. Романюк А., Гадзинська І. Як топ-медіа маніпулювали темою трудової міграції і що насправді було у звіті НБУ. *Детектор медіа*. URL: https://ms.detector.media/ethics/manipulation/yak_topmedia_manipulyovali_temoju_trudovoi_migratsii_i_scho_naspravdi_bulo_u_zviti_nbu.

References

1. Popova, T. V., Lipkan, V. A. (2016). Stratehichni komunikatsii: [slovyuk] [Strategic Communications]. Kyiv: FOP O. S. Lipkan [in Ukrainian].
2. Zakirov, M. (2020). Internet-resursy yak instrument stratehichnykh komunikatsii : mizhnarodnyi dosvid [Internet resources as a tool of strategic communications: international experience]. *Naukovi pratsi Natsionalnoi biblioteki Ukrainy imeni V. I. Vernadskoho – Transactios of V. I. Vernadsky National Library of Ukraine*, 58, 225–234. Kyiv. <https://doi.org/10.15407/np.58.224> [in Ukrainian].
3. Pleskach, V. L., Zatonatska, T. H. (2011). Informatsiini systemy i tekhnologii na pidpriemstvakh [Information systems and technologies at enterprises]. Kyiv: Znannia [in Ukrainian].
4. Yershova, N. Yu. (2019) Stratehichniy upravlinskyi oblik v umovakh innovitsiino-orientovanoi modeli ekonomiky [Strategic Management Accounting in the Conditions of Innovation-Oriented Model of Economy]. Kharkiv: FOP Liburkina L. M. [in Ukrainian].
5. Hant, Ch., Zartarian, V. (1992). Razvedka na sluzhbe vashego predpriatiia [Intelligence in the service of your company]. Kyiv: Ukrzakordonviza-servis [in Russian].
6. Kulytskyi, S. (2019). Analitychna diialnist' biblioteki iak zasib identyfikatsii, veryfikatsii ta pozytsionuvannia stratehichnykh komunikatsii natsionalnoi ekonomiky [Analytical activity of the library as a means of identification, verification and positioning of strategic communications of the national economy]. *Naukovi pratsi Natsionalnoi biblioteki Ukrainy imeni V. I. Vernadskoho – Transactios of V. I. Vernadsky National Library of Ukraine*, 52, 199–214. Kyiv. <https://doi.org/10.15407/np.52.199> [in Ukrainian].
7. Pocheptcov, G. G. (2004). Strategicheskii analiz: strategicheskii analiz dlia politiki, biznesa i voennogo dela [Strategic analysis: strategic analysis for politics, business and military affairs]. Kyiv: Dzvyn [in Russian].
8. Voroshylov, O. (2020). Stratehichni komunikatsii u konteksti evoliutsii naukovykh bibliotek [Strategic communications in the context of the evolution of scientific libraries]. *Naukovi pratsi Natsionalnoi biblioteki Ukrainy imeni V. I. Vernadskoho – Transactios of V. I. Vernadsky National Library of Ukraine*, 57, 204–213. Kyiv. <https://doi.org/10.15407/np.57.204> [in Ukrainian].
9. Horovyi, V. Bibliotechni oriientyry v hlobalnykh informatsiinykh obminakh [Library landmarks in global information exchanges]. *Naukovi pratsi Natsionalnoi biblioteki Ukrainy imeni V. I. Vernadskoho – Transactios*

of *V. I. Vernadsky National Library of Ukraine*, 58, 11–24. Kyiv. <https://doi.org/10.15407/np.58.011> [in Ukrainian].

10. Hvozdz, V. I. (2018). *Istorychni, pravovi i politychni aspekty rozvidualnoi diialnosti derzhavy* [Historical, legal and political aspects of intelligence activities of the state]. Kyiv: Borysfen Intel [in Ukrainian].

11. Kulytskyi, S. (2019). *Pidkhody do analizu zmistovoho napovnennia publichnoho informatsiinoho prostoru yak skladovoi formuvannia stratehichnykh komunikatsii u sferi ekonomiky*. [Approaches to the analysis of the content of the public information space as a component of the formation of strategic communications in the field of economics]. *Naukovi pratsi Natsionalnoi biblioteky Ukrainy imeni V. I. Vernadskoho – Transactios of V. I. Vernadsky National Library of Ukraine*, 53, 75–89. Kyiv. <https://doi.org/10.15407/np.53.075> [in Ukrainian].

12. Nicholas, D. (1996). *Otsinka informatsiinykh potreb: Metody i tekhnolohii* [Information needs assessment: Methods and technologies]. London: Aslib [in Ukrainian].

13. Porter, M. E. (1993). *Mezhdunarodnaia konkurentsia* [The Competitive Advantage of Nations]. Moscow: *Mezhdunarodnyie otnosheniia* [in Russian].

14. Kulytskyi, S. (2021). *Hlobalna ekspansiiia Kytaiu ta problemy rozvytku ukrainskoi ekonomiky* [China's global expansion and problems of Ukrainian economic development]. *Ukraina: podii, fakty, komentari – Ukraine: Events, Facts, Comments*, 3, 42–58. Kyiv [in Ukrainian].

15. Romaniuk, A., Hadzynska, I. *Yak top-media manipuliuvaly temoiu trudovoi mihratsii i scho naspravdi bulo u zviti NBU* [How top media manipulated the topic of labor migration and what was actually in the NBU report]. *Detektor media – Detektor Media*. URL: https://ms.detektor.media/ethics/manipulation/yak_topmedia_manipulyovali_temoyu_trudovoi_migratsii_i_scho_naspravdi_bulo_u_zviti_nbu [in Ukrainian].

Стаття надійшла до редакції 29.03.2021.

Sergii Kulytskyi,

PhD (Economics), Senior Researcher, Assistant Professor,

V. I. Vernadsky National Library of Ukraine

3 Holosiivskiy Ave., Kyiv 03039, Ukraine

e-mail: kulitskysp@ukr.net

<https://orcid.org/0000-0001-5388-1807>

Content-Functional Structuring of Information Space in the Analytical Work of the Scientific Library

The article presents the research of approaches to the content-functional structuring of the public information space for information and analytical support of strategic communications of the national economy. The resources and experience of the information and analytical departments of V. I. Vernadsky National Library of Ukraine are the empirical basis for the article. The information space is a macro-source of information for the formation of strategic communications of the national economy. Content-functional structuring of the public information space is necessary for effective information and analytical support of strategic communications of the national economy. This structuring involves establishing dependency between the qualitative characteristics of different types of information sources and their functions in the formation of the economy strategic communications. Qualitative characteristics of information sources depend on its social function, its owners' and managers' interests, specifics of the functioning of these sources. To fill strategic communications of the national economy with meaningful content, it makes sense to structure the information space by the following functions of different types of information sources: theoretical and methodological, empirical, stimulating and controlling. The theoretical and methodological functions of the meaningful content of strategic communications are performed by scientific and analytical sources of information. The empirical function is performed by public information materials of public authorities and administration, enterprises, marketing and sociological organizations, media. The stimulating function could be performed by various sources of information, including social networks, depending on the situation. The performance of the control function is the result of the analyst's use of various sources as needed.

Keywords: sources of information, economics, information space, information-analytical activity (work), scientific library, strategic communications.