

**Сергій КУЛИЦЬКИЙ,**

старш. наук. співроб. СІАЗ НБУВ, канд. екон. наук

## НАУКОВА БІБЛІОТЕКА В КОМУНІКАТИВНІЙ СИСТЕМІ УКРАЇНСЬКОЇ ЕКОНОМІКИ

У статті інформаційне забезпечення економічної діяльності розглядається як комунікація, коли адресант може активно впливати на форму і зміст повідомлень, джерелом яких він є. За таких обставин саме великі наукові бібліотеки мають найкращі можливості для формування у суб'єктах економіки об'єктивних знань про поточну ситуацію та складання обґрунтованих прогнозів її розвитку.

*Ключові слова:* інформація, інформаційний шум, знання, інформаційні відносини, ринкові сигнали, економічні агенти (суб'єкти економіки), комунікативний аналіз, інформаційні посередники, потенціал наукової бібліотеки.

**Постановка проблеми.** У науковій літературі інформаційне забезпечення інформаційної діяльності традиційно розглядається, в основному, як відображення (в основному, адекватне) економічними агентами процесів, що відбуваються в економіці, з подальшим використанням цими суб'єктами отриманих відомостей у своїй діяльності.

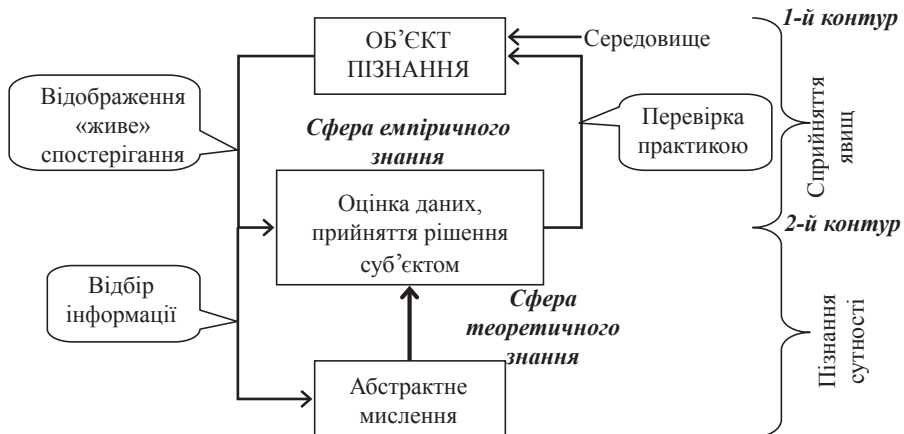


Рис. 1. Двоконтурна модель пізнання

У філософському плані підхід до аналізу інформаційної діяльності, як до процесу відображення реальності суб'єктом інформаційної діяльності, наочно представлений у двоконтурній моделі пізнання, запропонованій російським філософом Р. Абдеєвим (див. рис. 1).

У цій моделі перший контур передбачає відображення об'єкта суб'єктом, сприйняття об'єкта як явища. Це – сфера емпіричного знання, що базується безпосередньо на досвіді. А другий контур завдяки відбору та узагальненню інформації забезпечує процедуру абстрактного мислення. Таким чином інформаційний потік «об'єкт – суб'єкт» врівноважується інформаційним потоком «суб'єкт – об'єкт», як основи процесу управління [1]. Правда, у цій моделі не розглядаються проблеми активної інформаційної політики об'єкта пізнання та адекватності сприйняття об'єкта суб'єктом пізнання.

Такий підхід до інформаційного забезпечення економічної діяльності цілком виправдовує себе, якщо джерело інформації (об'єкт пізнання) для того чи іншого економічного агента не намагається цілеспрямовано впливати на характер, зміст інформації, яку це джерело продукує в процесі своєї життєдіяльності, і видає до економічного середовища, в якому ця інформація сприймається іншими учасниками економічних процесів.

Утім, практика економічної діяльності показує, що в більшості випадків економічні агенти, особливо суб'єкти підприємництва, намагаються активно впливати на змістовні та інші характеристики створюваного ними інформаційного поля. Це знайшло своє відображення, наприклад, у таких сферах економічної науки і практики, як маркетинг, реклама, паблік рилейшнз, бізнес-розвідка, де інформаційне забезпечення економічної діяльності розглядається не лише як процес відображення реальності економічним агентом, а також і як процес комунікації. Однак навіть у цьому випадку економічний агент виступає переважно як джерело інформації і значно рідше як адресат, на якого прагне активно впливати джерело інформації. Часто недостатньо уваги приділяється проблемі свідомого та несвідомого викривлення інформації в процесі економічної діяльності.

Недостатньо вивченим на нинішньому етапі також є питання ролі інформаційних посередників, і, зокрема, наукових бібліотек у комунікативній системі економіки та задоволенні при цьому інформаційних потреб її суб'єктів.

**Аналіз досліджень і публікацій.** Аналіз інформаційного забезпечення економічної діяльності був би неповним без згадки праці відомого американського дослідника М. Портера, який у межах запропонованої ним теорії конкуренції сформулював і дослідив поняття ринкових сигналів. Ринковий сигнал, за М. Портером, це «будь-яка дія конкурента, що прямо чи опосередковано свідчить про його на-

міри, мотиви, цілі або внутрішню ситуацію... Рикові сигнали є непрямим способом комунікації на ринку...» При цьому М. Портер наголошує, що нормальним явищем у поведінці учасників ринку є блеф, що являє собою «сигнали, призначені для введення в оману інших фірм з метою одержання власної вигоди» [2, с. 90–91].

Утім, навіть у тих наукових роботах, де комунікативна природа інформаційних процесів у економічній системі формально визнається, переважає дещо спрощений підхід саме до цього аспекту проблеми інформаційного забезпечення інформаційної діяльності. Як правило, у цих випадках інформаційна система економіки в дуже узагальненій формі інтерпретується за допомогою стандартної моделі комунікації, у свою чергу, створеної на основі загальної схеми системи зв'язку, запропонованої свого часу «батьком» теорії інформації та теорії кодування К. Шенноном [3, с. 245–246]. При цьому увага акцентується на технічних аспектах комп'ютерної підтримки економічної діяльності, а проблемі свідомого та несвідомого викривлення інформації в процесі економічної діяльності належної уваги не приділяється [4].

Водночас фахівці в галузі теорії та практики комунікації за емпіричну базу своїх досліджень беруть, в основному, процеси у сфері культури, політики та військової справи [5, 6, 7, 8, 9]. Це, у свою чергу, на жаль, не сприяє розвитку комунікативного аналізу інформаційних відносин у сфері економіки. Правда, останнім часом з'явилися роботи, присвячені інформаційній діяльності економічних агентів саме як процесу комунікації. Перш за все це стосується робіт з проблем інформаційно-психологічних операцій та війн [10, 11]. Неординарною в цьому плані є праця російського дослідника С. Гурієва, присвячена формуванню вельми специфічної міфології у сфері економіки [12]. Свого часу й автор цієї статті спробував проаналізувати, наприклад, грошовий обіг як процес комунікації [13]. Однак на сучасному етапі все одно відчувається брак досліджень з деяких аспектів комунікативних відносин у сфері економіки й, зокрема, дослідження ролі наукових бібліотек у комунікативній системі економіки та задоволенні при цьому інформаційних потреб її суб'єктів.

**Результати дослідження.** Як зазначалося вище, свідомі й активні діяльність економічних агентів залучає їх до складної системи соціальних комунікацій, де вони одночасно виступають і у ролі одержувачів інформації, і у ролі джерел інформації для інших адресатів. Причому дану соціальну роль вони можуть виконувати й всупереч своєму бажанню. Показово, що подібні ситуації фактично є нормою функціонування сучасної ринкової економіки. У результаті поведінки суб'єктів ринку у сфері інформаційних відносин набуває дуального характеру. З одного боку, вони прагнуть максимізувати свою поінформованість щодо ринкового

середовища та його учасників, з іншого – наскільки це можливо, контролювати потоки інформації, джерелом якої вони є. Це, у свою чергу, передбачає селекцію та дозування економічними агентами своєї висхідної інформації, а за певних обставин – і свідоме її викривлення, тобто дезінформацію.

Таким чином інформаційний простір економіки наповнений комунікаціями, де доволі часто відбувається свідоме та несвідоме викривлення інформації. Перше здійснюється лише з волі відправника інформації. Друге може бути результатом діяльності як відправника інформації, так і її одержувача.

Підступність несвідомого викривлення інформації пов'язана з тим, що принаймні одна, а іноді й обидві сторони комунікаційного процесу не помічають своєї помилки і сприймають недостовірну інформацію як достовірну. А, як добре відомо, на підставі неправильної інформації не можуть бути зроблені правильні висновки. Можна назвати ряд таких причин несвідомого викривлення інформації:

- недостатній професіоналізм, некомпетентність суб'єктів інформаційної діяльності;
- характер ситуації: стандартний чи нестандартний;
- неправильне розуміння інформаційних потреб та (чи) некоректне формулювання запитів суб'єктів;
- використання джерел інформації, що мають занадто загальний характер для вирішення поставленого завдання або джерел інформації, що не повною мірою відповідають потребам користувачів.

Випадки недостатнього професіоналізму можна знайти на всіх рівнях управління, а отже – і інформаційної діяльності. Прикладом роботи з інформацією в нестандартній ситуації може бути суттєва розбіжність зроблених свого часу оцінок нафтових запасів Каспію, а отже – і загальних перспектив економічного розвитку цього регіону. У цьому контексті напрошується аналогія щодо адекватності оцінок запасів нафти й газу на українській ділянці Чорноморського шельфу. Із неправильним розумінням інформаційних потреб та (чи) некоректним формулюванням запитів клієнтів також доволі часто доводиться стикатися фахівцям наукових бібліотек.

За таких обставин одержання об'єктивної інформації щодо економічної ситуації та економічних агентів можливе переважно в результаті цілеспрямованої кропіткої інформаційно-аналітичної роботи.

При цьому необхідно також враховувати, що можливості ефективної інформаційної підтримки розвитку економіки іноді пов'язані й зі складністю організації аналітичної діяльності як такої. Наприклад, коли внаслідок відсутності повної й достовірної інформації, що адекватно відбиває стан об'єкта дослідження, на різних стадіях інформаційного

процесу доводиться звертатися до даних, відомостей, експертних оцінок, які могли б компенсувати нестачу потрібної аналітичної інформації. Тобто ситуація, коли певне явище або процес існує, а достовірної інформації про нього у професійних суб'єктів інформаційної діяльності не вистачає через відсутність організації її збору й нагромадження органами державної та місцевої влади й управління або іншими інформаційними посередниками, не таке вже й рідкісне явище в практиці аналітичного забезпечення економічної діяльності. Прикладами цього можуть бути гостра нестача достовірної, усебічної й систематизованої первинної інформації про нелегальну міграцію, тіньову економіку тощо. Дефіцит подібної інформації аналітик змушений компенсувати, використовуючи різного роду непрямі або неповні дані, опосередковані відомості, експертні оцінки тощо. Цілком закономірно, що створений у такий спосіб інформаційний продукт, навіть при найсумліннішому ставленні виконавця до своїх професійних обов'язків, буде повною мірою недосконалим.

До цього слід додати методичні проблеми прогнозування економічних процесів, коли на якість створюваного інформаційного продукту впливає не лише якість висхідної інформації, а й проблеми, пов'язані з невизначеністю майбутнього та імовірнісним характером прогнозних оцінок як таких. Адже, як зазначають фахівці у сфері інформаційно-аналітичного забезпечення управлінських рішень, дослідження, аналіз та прогноз функціонування складних соціально-економічних систем не можна здійснювати лише на основі інтуїтивних уявлень органів державної влади про кінцевий результат. Зокрема, практика сучасного державного управління показала, що й метод прямих аналогій також важко використати в реальних умовах [14].

Утім, зазначену вище недосконалість створюваного для потреб суб'єктів економіки інформаційного продукту не слід зводити в абсолют, оскільки точність, достовірність, повнота та інші характеристики такого продукту визначаються конкретними потребами конкретних споживачів. А підвищити якість інформаційних продуктів, створюваних на основі зазначених вище неповних і недостатньо точних джерел інформації, можна завдяки більш глибокому проникненню в суть економічних процесів. Адже, як підкреслюють фахівці в галузі комерційної (конкурентної) розвідки, «економічна інформація не зводиться лише до формул, нехай навіть складених найкращим чином. Здоровий глузд, що спирається на інформацію неточну, але важливу, бере гору... при ретельному аналізі невіршених проблем» [15, с. 93].

Тому, щоб точніше окреслити потенційну роль наукових бібліотек у комунікативній системі української економіки, необхідно чітко визначити взаємозв'язок понять «інформація», «інформаційний шум», «знання»

та «пам'ять». У контексті теми цього дослідження зазначений взаємозв'язок доцільно визначати на основі моделювання логіки поведінки суб'єктів економіки (економічних агентів).

Ця логіка базується на прагненні економічних агентів максимізувати власну вигоду. (Підкреслимо, що категорія «прибуток» є лише однією з форм більш загального поняття «вигода»). З цієї причини економічні агенти розглядатимуть «інформацію» саме як зміст повідомлення про сукупність явищ та подій, що становлять інтерес для зацікавлених осіб та організацій, підлягають реєстрації та обробці. А «інформаційний шум» являє собою непотрібне суб'єкту повідомлення, незалежно від того, відоме воно вже йому чи ні. Іноді для характеристики інформаційної діяльності використовують термін «релевантна інформація», що походить від англійського слова relevant (той, що стосується справи) і означає сукупність даних, які стосуються конкретної проблеми, людини, мети чи періоду часу. Релевантна інформація – антипод інформаційного шуму. У цьому контексті інформація ототожнюється з будь-яким повідомленням – як необхідним суб'єкту, так і непотрібним йому. Утім, покладений в основу наведеного вище визначення інформації критерій суб'єктивної вигоди її користувача краще відповідає вимогам нашого дослідження.

Тобто межа між інформацією та інформаційним шумом визначається цінністю того чи іншого повідомлення для суб'єкта. Саме цінність (або корисність) являє собою ключову якісну характеристику інформації і полягає в її здатності сприяти досягненню мети, що стоїть перед тією чи іншою особою чи організацією. Однак для розв'язання проблеми, що стоїть перед суб'єктом, для досягнення економічним агентом його мети йому потрібна не просто інформація, а відповідні «знання».

А знання – це перевірений практикою результат пізнання дійсності, її відображення у свідомості людини. Схематично їх можна описати таким чином: знання = факти + переконання + правила. Прийнято виділяти два типи знань: процедурні та декларативні. Процедурні знання описують логічну послідовність дій, що можуть застосовуватися для вирішення конкретних, нерідко формально-логічних за своєю природою завдань. До категорії ж декларативних знань належать усі інші знання, що не підпадають під категорію процедурних знань [16, с. 8; 17, с. 114].

Як влучно зазначала Л. Грофф (Каліфорнійський університет, США), знання виникають тоді, коли починають проявлятися взаємозв'язки, яких раніше не помічали [18, с. 29].

Таким чином, щоб бути об'єктивними, знання, які споживач одержує з різних джерел, повинні бути отримані в результаті застосування відповідних правил обробки точних й достовірних фактів на базі адекватного розуміння реальності та за відсутності хибних переконань, сте-

реотипів. Порушення навіть деяких складових цієї «формули знань» з високим ступенем імовірності може призвести до отримання споживачем інформації необ'єктивних знань. Наприклад, неправильна обробка чи компонування навіть достовірних фактів або ж хибні переконання можуть призвести до отримання необ'єктивних знань про економічні процеси в Україні.

Із поняттями «інформація» та «знання» функціонально пов'язана категорія «пам'ять», що являє собою здатність суб'єкта накопичувати інформацію та в подальшому використовувати її [17].

Для одержання інформації та знань економічні агенти вдаються до послуг інформаційних посередників. Їх основна суспільна функція – забезпечення інформаційних потреб споживачів. Вона реалізується завдяки професійній діяльності посередників з пошуку, збору, обробки, накопичення інформації та представлення її у зручній для споживача формі. Споживач за рахунок професійної діяльності інформаційного посередника отримує такий інформаційний продукт, який він не зміг би отримати іншим шляхом або мусив би для отримання аналогічного продукту витратити значно більше ресурсів, ніж він їх віддає організаційному посереднику. Тому економічна доцільність існування інформаційних посередників зумовлена вигодою, яку споживач інформації отримує від їх функціонування. А ефективність діяльності посередників для конкретного споживача визначається економією часу і/або коштів, що він їх отримує під час задоволення своїх інформаційних потреб за допомогою даного інформаційного посередника.

У цілому конкурентоспроможність великих наукових бібліотек порівняно з іншими інформаційними посередниками у сфері надання інформаційних послуг суб'єктам української економіки забезпечується використанням їх потенціалу. Потенціал наукової бібліотеки (ПНБ) являє собою органічну єдність різноманітних бібліотечних фондів, кваліфікованих працівників відповідних підрозділів бібліотеки та її інфраструктури з обслуговування користувачів, включаючи організацію доступу до інформації через Інтернет. Об'єднання зазначених компонентів створює властиву саме науковим бібліотекам здатність до задоволення складних інформаційних потреб висококваліфікованих споживачів.

Причому досвід НБУВ показує, що наукова бібліотека може надавати своїм відвідувачам не лише традиційні бібліотечні послуги, а й виконувати роль великого інформаційно-аналітичного центру, що пропонує своїм реальним та потенційним клієнтам різноманітні оглядові та аналітичні матеріали. Наприклад, у Службі інформаційно-аналітичного забезпечення органів державної влади (СІАЗ) НБУВ за час її діяльності в аналітичних матеріалах розглядалося доволі широке коло питань внутрішнього й зовнішнього економічного розвитку України. У галузевому

розрізі в тематичній структурі зазначених матеріалів провідні позиції займали проблеми паливно-енергетичного комплексу, включаючи стан нафтового ринку й газової сфери, чорної металургії, продовольчого ринку, транспорту. При цьому, де це було можливо, аналіз здійснювався як щодо легального, так і щодо тіньового секторів української економіки. По суті, тематика робіт, що виконувалися у СІАЗ, відбивала актуальність різних проблем, які стояли перед органами державної влади у справі регулювання вітчизняної економіки.

Підкреслимо, що системне використання різноманітних вихідних джерел інформації при підготовці аналітичних матеріалів з певної проблематики, як правило, забезпечує в користувача цих матеріалів відповідний синергетичний ефект. Тобто глибока змістовна переробка вихідної інформації дає змогу продукувати якісно новий інформаційний продукт у формі різноманітних аналітичних матеріалів. Так, джерельна база НБУВ з урахуванням можливості доступу до Інтернету безпосередньо в приміщенні бібліотеки надає її клієнтам можливість одержувати такий спектр інформаційних продуктів та послуг, який не може запропонувати жодна з інших категорій інформаційних посередників. Ідеться, зокрема, про можливість комбінування джерел з різних галузей науки й техніки; текстових та статистичних матеріалів; джерел інформації, що різняться ступенем деталізації описування та глибиною аналізу об'єкта дослідження та характеризуються різним ступенем оперативності подання інформації тощо.

Потенційно велика наукова бібліотека виступає унікальним інформаційно-виробничим майданчиком, де економічні агенти можуть отримувати не лише інформацію, а й, що особливо важливо, знання. Останнього, за великим рахунком, не може запропонувати жоден з інших типів інформаційних посередників. І це цілком закономірно. Адже – на відміну від інших інформаційних посередників – використання потенціалу наукової бібліотеки не тільки забезпечує споживачам інформації доступ до певних фактів, а й дає змогу клієнтам наукової бібліотеки критично оцінювати і, у разі необхідності, змінювати свої переконання та опанувати правила використання одержаних фактів. Наукова бібліотека надає своїм користувачам унікальні можливості отримання різних, іноді діаметрально протилежних оцінок тієї чи іншої проблеми.

Недарма вже згадувані вище фахівці з комерційної (конкурентної) розвідки наголошують, що великі наукові бібліотеки незамінні під час формування системи стратегічної та перспективної інформації (ССПІ) підприємства, без якої неможлива його ефективна робота в сучасній висококонкурентній економіці [15, с. 107–112].

Така ССПІ вкрай важлива при розв'язанні економічними агентами нестандартних, неординарних проблем, коли формальна подібність ни-



нішньої та попередньої ситуації ще не є гарантією того, що застосування ідентичних методів розв'язання цих проблем дасть змогу економічним агентам ефективно розв'язати нинішню проблему.

Тоді як створення різноманітних інформаційних продуктів на базі використання потенціалу наукових бібліотек надає вельми широкі можливості для застосування економіко-комунікативного підходу з метою дослідження й прогнозування нестандартних ситуацій, інформація про які доволі погано піддається всебічній формалізації. Прикладом може служити аналіз перебігу впливу останньої світової фінансової кризи на українську економіку.

Такий аналіз доцільно проводити на базі кількох нижчезазначених теоретичних положень, а саме:

- концепції ринкових сигналів, запропонованої відомим американським дослідником конкуренції професором М. Портером [2, с. 64–102];
- соціально-культурного підходу до аналізу комунікації, запропонованого радянським лінгвістом Ю. Лотманом [6, с. 157–160];
- поділу чинників, що впливають на інформаційну діяльність, на когнітивні (пізнавальні) та мотиваційні, запропонованого автором [19, с. 298–301].

Інформаційна сутність ринкових сигналів вже розглядалася вище. Що ж стосується соціально-культурного підходу до аналізу комунікації, то він означає, що для повної гарантії адекватності переданого й отриманого повідомлення необхідні штучна (спрощена) мова і штучно-спрощені комуніканти: зі строго обмеженим обсягом пам'яті і відсутністю культурного багажу як такого. У цьому випадку і той, хто передає, і той, хто приймає інформацію, користуються єдиним кодом, тобто системою понять, що має чіткі тлумачення. Штучна мова, що базується на використанні такого коду, обслуговує певну галузь науки та, значною мірою, певну сферу професійної діяльності в суспільстві.

Однак до реального процесу циркуляції повідомлень ближче випадок, коли перед тим, хто передає, виявляється не один код, а деякий множинний простір кодів  $k_1, k_2, \dots, k_n$  кожний з яких – складний ієрархічний пристрій і допускає породження деякої множини текстів, рівною мірою йому відповідних. Тому текст є не тільки генератором нових змістів, а й конденсатором культурної пам'яті (у широкому тлумаченні цього поняття). А для адресату текст – завжди лише частина більшого за обсягом інформаційного масиву, яким він оперує. Така ситуація найбільш притаманна природній мові, якою користується і фахівці, і широкий загал і яка розвивається в процесі свого функціонування.

Інформаційний супровід економічного розвитку суспільства здійснюється завдяки одночасному використанню і штучної, і природної мови. А відтак, це робить випадки, коли та чи інша ситуація в економіці,

особливо якщо це стосується майбутнього, може по-різному тлумачитись різними економічними агентами, що відповідним чином позначається на їх активності.

Для адекватної оцінки цієї активності варто розрізняти когнітивні (пізнавальні) та мотиваційні чинники інформаційної діяльності економічних агентів. Перші пов'язані зі ступенем професіоналізму економічних агентів та їх обізнаністю з певною ситуацією на ринку, у країні тощо. Другі – із зацікавленістю економічних агентів у певному перебігу подій та їх спробах впливати на пов'язані з цим інформаційні процеси.

Зокрема відомо, що циклічний характер функціонування іманентно властивий товарній економіці як такий. І хоча її глобалізація створює нові форми прояву означених циклічних тенденцій, це зовсім не означає, що в українських умовах неможливо прогнозувати початок та подальший перебіг економічних криз. Подібного висновку можна дійти, проаналізувавши на підставі різних джерел інформації, якими володіє та розпоряджається НБУВ, структуру й функціональні зв'язки української економіки та тенденції розвитку світової економіки.

Так, протягом ряду останніх років вітчизняними фахівцями досить широко обговорювалися проблеми недосконалості галузевої структури української економіки й пов'язані з цим загрози для динамічного розвитку. Зокрема, йдеться про високу питому вагу гірничо-металургійного та хімічного комплексів в українській економіці за їх одночасної переважно експортної орієнтації. Це створювало матеріальні передумови вразливості української економіки в разі різкого погіршення ситуації на міжнародних ринках. До речі, з цього питання в СІАЗ НБУВ свого часу були підготовлені відповідні аналітичні матеріали.

Симптоматично також, що ще в середині 2007 р. в українській пресі з'явилася інформація, що свідчила про загрозу світової фінансової кризи. Зокрема, повідомлялося про емісію Федеральною резервною системою США і Європейським центральним банком грошей на загальну суму, еквівалентну 154 млрд дол. США [20, с. 5]. І цей же період почала погіршуватися кон'юнктура світового ринку чорних металів, що становило серйозні загрози стабільності всієї вітчизняної економіки. Така ситуація є доволі типовою для передкризових періодів, що підтверджується відповідним світовим досвідом.

Однак вітчизняний бізнес перебував в ейфорії від високих поточних прибутків, а політики були зайняті спочатку підготовкою та проведенням парламентських виборів, а пізніше – формуванням нових відносин влади та опозиції. У результаті взаємодія когнітивних та мотиваційних чинників інформаційної діяльності економічних агентів призвела до некоректної оцінки ними ринкової ситуації, що пізніше справило свій негативний вплив на розвиток економічної ситуації вже в Україні.

Утім, як показують дослідження, вітчизняна економіка, переживши економічну кризу, приблизно із середини 2009 р. увійшла до наступної фази економічного циклу – депресії, що іманентно відрізняється від фази кризи [21].

І добре, якщо твердження деяких політиків, що на початку 2010 р. українська економіка перебувала в стані кризи, є лише прийомом політичної боротьби. Але якщо до української економіки у фазі депресії застосовуватимуть заходи регулювання, до яких у світі вдаються під час перебування економіки у фазі кризи, то це найімовірніше матиме негативні наслідки. Адже в такому випадку йдеться не просто про підміну понять у суто теоретичній дискусії, а може мати місце підміна кодів у комунікаціях, що визначають поведінку економічних агентів.

Зокрема, проведене свого часу автором дослідження грошового обігу як комунікації продемонструвало, що при визначенні вартості застави за кредитами різне тлумачення кодів відправником і одержувачем інформації (позичальником і кредитором) полягає в різній практичній інтерпретації одних і тих самих економічних категорій (наприклад, «ризик», «інвестиції» тощо) у конкретній ситуації [13, с. 11–12]. Масове стрімке знецінення застав за кредитами в період останньої економічної кризи в Україні демонструвало, що таке різне практичне тлумачення ключових кодів справляло потужний негативний вплив на економіко-психологічні механізми функціонування не лише української банківської системи, а й національного господарства в цілому.

**Висновки.** Проведений вище аналіз показує, що теоретична й практична інтерпретація інформаційного забезпечення економічної діяльності процесу складної багатопланової ієрархічної комунікації ефективніша за традиційний підхід, заснований на часто спрощеному трактуванні теорії відображення, оскільки передбачає ймовірність активної інформативної політики джерела інформації (адресанта). А це, у свою чергу, вимагає від зацікавлених економічних агентів активної системної інформаційно-аналітичної роботи з залученням різноманітних джерел інформації.

За таких обставин саме використання потенціалу великих наукових бібліотек, насамперед НБУВ, дає змогу економічним агентам ефективно орієнтуватись у поточній ситуації в національній та світовій економіці та прогнозувати ймовірні варіанти перебігу подій у майбутньому.

#### Список використаної літератури

1. *Абдеев Р. Ф.* Философия информационной цивилизации / Р. Ф. Абдеев. – М. : Владос, 1994. – 336 с.
2. *Портер М.* Стратегія конкуренції. Методика аналізу галузей і діяльності конкурентів / М. Портер. – К. : Основи, 1997. – 390 с.

3. Шеннон К. Работы по теории информации и кибернетике / К. Шеннон – М. : Изд-во иностр. л-ры, 1963. – 830 с.
4. Мельник Л. Г. Экономика информации и информационные системы предприятия : учеб. пособ. / Л. Г. Мельник, С. Н. Ильяшенко, В. А. Касьяненко – Сумы : ИТД «Университетская книга», 2004. – 400 с.
5. Якобсон Р. Лингвистика и поэтика / Р. Якобсон // Структурализм: «за» и «против». – М. : Прогресс, 1975. – С. 193–230.
6. Лотман Ю. М. Внутри мыслящих миров / Ю. М. Лотман // Семиосфера. – СПб. : Искусство, 2000. – С. 149–390.
7. Почепцов Г. Г. Теория коммуникации / Г. Г. Почепцов. – М. : Рефл-бук; К. : Ваклер, 2001. – 656 с.
8. Почепцов Г. Г. Информационные войны / Г. Г. Почепцов. – М. : Рефл-бук, К. : Ваклер, 2000. – 576 с.
9. Почепцов Г. Г. Психологические войны / Г. Г. Почепцов. – М. : Рефл-бук, К. : Ваклер, 2000. – 528 с.
10. Мухин А. А. Информационная война в России: участники, цели, технологи / А. А. Мухин – М. : Изд-во «Гном и Д», 2000. – 256 с.
11. Цыганов В. В. Информационные войны в бизнесе и политике : теория и методология / В. В. Цыганов, С. Н. Бухарин. – М. : Академический Проект, 2007. – 336 с.
12. Гуриев С. Мифы экономики: заблуждения и стереотипы, которые распространяют СМИ и политики / С. Гуриев – М. : Альбина Бизнес Букс, 2006. – 210 с.
13. Кулицький С. Грошовий обіг як комунікаційний процес / С. Кулицький // Фінанси України. – 2003. – № 8. – С. 3–12.
14. Дегтяр А. Інформаційно-аналітична діяльність як засіб підвищення якості державно-управлінських рішень / А. Дегтяр // Вісник Української Академії державного управління при Президенті України. – 2003. – № 1. – С. 407–415.
15. Хант Ч. Разведка на службе вашего предприятия / Ч. Хант, В. Зартарьян. – К. : Укрзакордонвизасервис, 1992. – 160 с.
16. Морозевич А. Н. Основы экономической информатики : учеб. пособ. для студ. экон. спец. вузов / А. Н. Морозевич, Н. Н. Говядинова, Б. А. Железко [и др.] – Минск : БГЭУ, 1998. – 438 с.
17. Першиков, В. И. Толковый словарь по информатике / В. И. Першиков, В. М. Савинков. – 2-е изд., доп. – М. : Финансы и статистика, 1995. – 544 с.
18. Грофф Л. Информационная революция: тенденции глобальной перестройки / Л. Грофф // Проблемы теории и практики управления. – 1990. – № 6. – С. 28–30.
19. Кулицький С. Інформаційно-аналітична діяльність як інструмент забезпечення сталого розвитку української економіки за умов глобалі-

зації / С. Кулицький // Наук. пр. Нац. б-ки України ім. В. І. Вернадського. Вип. 21. – К. : НБУВ, 2008. – С. 295–304.

20. Даты. Решения. Прогнозы // Экономические известия. – 2009. – № 2. – С. 5.

21. *Кулицький С.* Про ознаки виходу економіки України з кризи / С. Кулицький // Україна: події, факти, коментарі. – 2010. – № 4. – С. 15–35.