

Леонід Чуприна,

канд. наук із соц. комунікацій, заввідділу,

Національна бібліотека України імені В. І. Вернадського

Київ, Україна

ОСОБЛИВОСТІ ІНФОРМАЦІЙНО-АНАЛІТИЧНОГО СУПРОВОДУ СТРАТЕГІЧНИХ КОМУНІКАЦІЙ

Досліджуються особливості інформаційно-аналітичної роботи в системі стратегічних комунікацій в Україні. Розглянуто роль і значення аналітичної роботи на етапі як розроблення стратегічних комунікацій у державному управлінні, так і їх функціонування. Наголошується на нагальній необхідності налагодження органами державної влади якісної комунікації з населенням і громадянським суспільством України, підвищення ефективності функціонування антикризової комунікації, співпраці з аналітичними структурами. Проаналізовано перспективи інформаційно-аналітичної діяльності в системі стратегічних комунікацій у контексті сучасних глобальних технологічних і політичних процесів.

Ключові слова: стратегічні комунікації, інформаційно-аналітична діяльність, аналітичні структури.

Важливість інформаційно-аналітичного супроводу управлінської діяльності підтверджується як тривалим світовим досвідом, так і сучасними тенденціями у сфері державного управління та аналітичної діяльності. Нагальна необхідність формування стратегічних комунікацій постала у зв'язку з інформаційною війною РФ проти України. Проблематика стратегічних комунікацій як дієвого інструмента вдосконалення системи державного управління висвітлюється в працях вітчизняних науковців, таких як Г. Почепцов, В. Ліпкан, М. Лашкіна, Т. Сивак, О. Кушнір, С. Соловійов, А. Баровська, С. Гуцал, Д. Дубов, Є. Тихомирова та ін. [1, с. 193].

Водночас президентська виборча кампанія 2019 р. показала необхідність не лише протидії зовнішнім деструктивним впливам, а й формування ефективної стратегічної комунікації всередині українського суспільства. Особливо актуальним видається інформаційно-аналітичний супровід цих процесів.

Мета статті – дослідити особливості інформаційно-аналітичного супроводу стратегічних комунікацій в Україні на цьому етапі їх розвитку,

розглянути перспективи аналітичної діяльності в контексті сучасних політичних і технологічних тенденцій.

Виклад основного матеріалу. Суб'єкти інформаційно-аналітичної діяльності в Україні – неурядові аналітичні структури (громадські, приватні, партійні) і державні (підрозділи інформаційно-аналітичного забезпечення в структурі органів державної та місцевої влади; у структурі Національних бібліотек; інститути й центри досліджень, аналітичні центри) – різною мірою беруть участь у публічній політиці.

Під публічною політикою розуміються рішення, які ухвалюються державною владою, але готуються до ухвалення із залученням більшої кількості учасників: аналітичних центрів, представників професійних об'єднань, журналістів, науковців та ін. Суть її полягає в тому, щоб послідовно розв'язати суспільну (тобто публічну) проблему спільно узгодженим шляхом. Аналітичні структури залучаються до формування публічної політики на етапах визначення та деталізації суспільної проблеми, обговорення альтернативних рішень для розв'язання проблеми, оцінювання результативності (які зміни відбулися в результаті імплементації публічної політики) (див. рисунок).

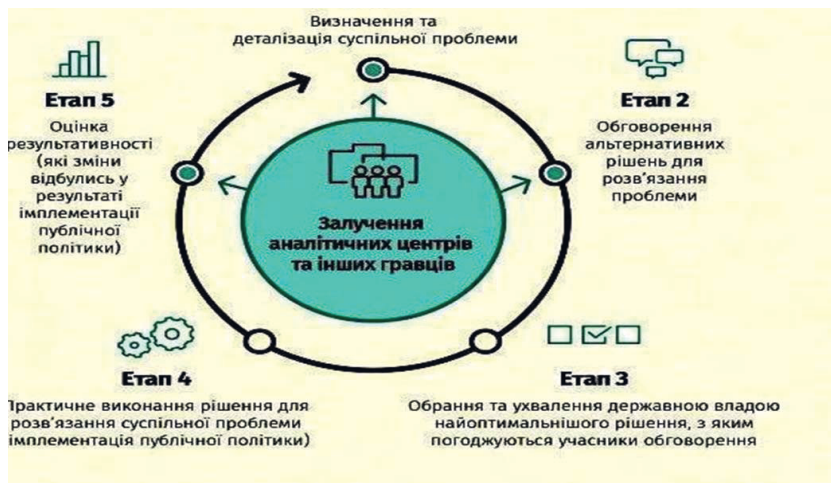


Рис. Цикл формування публічної політики

Джерело: <https://www.pravda.com.ua/columns/2017/05/17/7144095>

Сучасні аналітичні структури, особливо неурядові центри, можна розглядати як ефективний чинник підтримки комунікації між владою

та громадянським суспільством, представництва й захисту суспільних інтересів, моніторингу дій влади, критичного аналізу та оцінювання її рішень і формулювання альтернативних політичних пропозицій, перекладу політики на мову, доступну простим громадянам і їх політичної просвіти.

Державним аналітичним центром, суб'єктом інформаційно-аналітичного супроводу формування стратегічних комунікацій, відповідно до Доктрини інформаційної безпеки України, є Національний інститут стратегічних досліджень (далі – НІСД), який «має забезпечити науково-аналітичне та експертне супроводження процесу формування й реалізації державної інформаційної політики» [3].

Також нормативним актом Міністерства інформаційної політики України «Побудова системи державних стратегічних комунікацій України» передбачалося створити єдину систему моніторингу та аналітики, яка відповідатиме потребам уряду: медіа-моніторинг й аналіз інформаційного середовища, засоби кризового моніторингу (ситуаційні центри), аналітичний центр гібридної війни тощо. Ішлося про розвиток науково-дослідних та аналітичних можливостей Національного інституту стратегічних досліджень як аналітичного центру для стратегічних комунікацій. Організаційне, наукове, інформаційно-аналітичне забезпечення покладалося на апарат РНБО та Національний інститут стратегічних досліджень [4].

Роль і важливість аналітичного супроводу стратегічних комунікацій простежується при розгляді технології їх розроблення в державному управлінні.

Т. Безверхнюк і Т. Сивак виокремлюють сім етапів розроблення стратегічних комунікацій в державному управлінні [5].

Перший етап стратегічної комунікації – цілепокладання, тобто чітко визначений кінцевий результат ефективної комунікації та основна її мета. Передбачає аналітичну й прогностичну складову.

Наступним кроком є чітке усвідомлення поточної ситуації в інформаційно-комунікаційному середовищі та комунікаційна спроможність країни в забезпеченні стратегічних цілей. Поточний стан найефективніше визначається за допомогою інструментів PEST-аналізу та SWOT-аналізу. Результати PEST-аналізу визначають політичні, економічні, соціальні та технологічні фактори зовнішнього середовища країни, тобто світових, міжнародних процесів. SWOT-аналіз визначить сильні та слабкі сторони інформаційно-комунікаційної сфери, можливості й загрози, що дасть змогу ефективно визначити ризики та розробити стратегію управління

ними в процесі реалізації комунікаційної стратегії, а також визначити сильні сторони та план їх застосування в процесі ефективної комунікації. Аналіз потенційних загроз національній безпеці та аналіз досвіду іноземних країн щодо ефективної реалізації стратегічних комунікацій.

Третя складова – організаційні та комунікаційні цілі. Будь-яка комунікаційна стратегія має відображати організаційний план, місію, загальні ідеї та напрями розвитку країни. Залежно від цього визначається сукупність компонентів стратегічних комунікацій, які мають бути задіяні для забезпечення реалізації глобальної мети та її конкретних цілей. Тобто формулюються функціональні та ідейні цілі, відповідні їм комунікаційні цілі. Плани реалізації стратегії охоплюють період близько п'яти років, тому часові рамки стратегічних комунікацій мають бути відповідними. Варто зазначити, що під час формування комунікаційних цілей має бути оцінено час, бюджет і ресурси.

Четверта складова – визначення зацікавлених сторін. Розроблена матриця зацікавлених сторін дасть змогу чітко визначити цільову внутрішню та зовнішню аудиторії і визначити пріоритетність аудиторії та партнерів. Важливість цього етапу полягає в тому, що тут мають бути задіяні інструменти постійного моніторингу, адже різні сторони можуть постійно змінювати рівень свого впливу та інтересу.

На цьому етапі проводиться аналіз цільових аудиторій, який передбачає використання маркетингових досліджень у PR, залежно від рівня цілей (стратегічних, операційних, тактичних) відбувається сегментація цільової аудиторії та вибір комунікативних тактик. З огляду на стратегічну мету здійснюються такі кроки:

- збирання бази даних про цільові аудиторії;
- вивчення громадської думки;
- визначення основних проблем цільових аудиторій;
- вивчення стереотипів в уявленнях цільових аудиторій, їхніх прагнень і бажань;
- дослідження маніпулятивних можливостей суб'єкта комунікаційного процесу;
- визначення ключових лідерів цільових груп;
- попереднє оцінювання зміни поведінки після здійснення комунікаційного акту, реалізації стратегічної комунікації;
- виявлення прихованих тенденцій, точок зору, мотивів поведінки, які можуть здійснити вплив.

П'ятий етап – стратегічний наратив, контент. Аналіз стейкхолдерів дає змогу розподілити головну ідею/наратив відповідно до цільової аудиторії,

якій і пропонуються відповідні інформаційні продукти, а також обираються комунікаційні канали й способи подачі інформації та відповідні комунікаційні моделі. На цьому етапі застосовуються додаткові специфічні стратегії і використовуються методи оцінювання ефективності комунікації, використаних каналів.

Шостий етап – порядок денний (робочий план). Передбачає розроблення комунікаційної діяльності відповідним суб'єктом/суб'єктами стратегічної комунікації, а також бюджет і ресурси, необхідні для реалізації стратегії.

Сьомий етап – оцінювання прогресу. Визначає способи оцінювання різних аспектів комунікації. Це можуть бути кількісні підрахунки, зміна курсу (досягнення ключових етапів розвитку, кількість повідомлень у медіа-просторі, їхні масштаб і повнота).

Інформаційно-аналітична робота є важливою умовою функціонування стратегічних комунікацій, прийняття ефективних управлінських рішень і має бути спрямована на моніторинг й аналіз поточної ситуації в інформаційному просторі, вироблення заходів, що здійснюються в контексті державної політики та передбачають зміну поведінкових й емоційних установок певних груп суспільства та окремих осіб.

На думку Н. Талеба, сучасна наука має мало інструментів для прогнозування події, що здавалися абсолютно неможливими, доки вони не відбулися [6]. Однак неможливість передбачити точно, як розвиватимуться події в майбутньому, не означає, що немає необхідності передбачити свої дії на випадок різних варіантів розвитку подій. Тому успішні практики концентрують увагу не на тому, що конкретно станеться в майбутньому, а на оцінюванні варіантів розвитку в разі кардинальних змін ситуації. Виходячи із цього, особливістю інформаційно-аналітичного супроводу стратегічних комунікацій є розроблення базових та альтернативних стратегій розвитку ситуації, які передбачають алгоритм дії при настанні не тільки можливих подій, а й таких, що видаються сьогодні неймовірними. Нинішня практика, при якій розглядаються три варіанти розвитку подій (песимістичний, помірний та оптимістичний), дає змогу скоригувати свій курс у разі виникнення непередбачених сценарієм розвитку варіантів.

Треба зауважити, що на міжнародній арені українська влада в контексті протидії гібридній агресії РФ успішно просувала свої наративи, що дало змогу створити антипутінську коаліцію. Водночас РФ вдалося нав'язати необхідний їй дискурс в українському інформаційному просторі – «в Україні все катастрофічно погано» і сфокусувати весь негатив на одній

персоні. Українська система стратегічних комунікацій спромоглася лише зафіксувати окремі прояви деструктивної інформаційної діяльності РФ та її українських агентів, непереконливо маркуючи їх «рукою Кремля», не виробивши актуальних й адекватних наративів, які б пояснювали стан справ в Україні, діяльність української влади.

Така ситуація свідчить про незадовільний рівень інформаційно-аналітичного супроводу стратегічної комунікації всередині суспільства, який передбачає моніторинг ризиків і загроз, вироблення та пропонування можливих варіантів вирішення кризових ситуацій, аналіз зворотного зв'язку й оцінювання ефективності вжитих заходів.

При цьому аналіз звітів про роботу Міністерства інформаційної політики за 2018 р. показує переважання організаційно-представницьких заходів: конференції, круглі столи, семінари, закордонні зустрічі та обмін досвідом тощо [7].

Неефективна комунікація влади із суспільством є наслідком ряду причин та обставин, зокрема низького попиту з боку владних структур на систему стратегічних комунікацій, браку конкретики в організації механізмів та інструментів стратегічних комунікацій, повільності практичних кроків зі створення й просування гранд-наративів. Частково це пояснюється періодом становлення страткому. Так, лише в 2016 р. спільними зусиллями апарату РНБОУ, Міністерства інформаційної політики України, Центру інформації та документації НАТО та неурядової організації «Центр стратегічних комунікацій StratCom Ukraine» створено модель розбудови системи державних стратегічних комунікацій. У рамках моделі запропоновано архітектуру системи стратегічних комунікацій з визначенням відповідальних на стратегічному, оперативному й тактичному рівнях; запропоновано проекти: реформи урядових комунікацій, розвитку публічної дипломатії, розбудови системи кризових комунікацій і системи професійної підготовки урядових комунікаторів.

Модель побудови державних стратегічних комунікацій набула статусу концептуального документа, своєрідної «білої книги» для всіх учасників розбудови системи державних стратегічних комунікацій. Указом Президента України 25 лютого 2017 р. затверджено Доктрину інформаційної безпеки, в основу якої покладено зазначену модель. Проте попри вагомість досягнутих результатів одним із завдань українських державних структур залишається налагодження якісної комунікації з населенням і громадянським суспільством України.

Серед особливостей інформаційно-аналітичного супроводу стратегічних комунікацій важливе значення має участь аналітичних структур

у розробленні ефективної стратегії антикризових комунікацій – власне стратегії завоювання контролю над суспільно-політичним дискурсом. Антикризові комунікації, зазначається в аналітичній записці НІСД [8], передбачають відкритий діалог з громадськістю, оперативні та вичерпні відповіді на запити ЗМІ, системну роботу з побудови іміджу комунікатора, створення інформаційного поля, яке зменшить розрив між очікуваннями в суспільстві та реальним станом речей. Недостатньо просто поширити інформацію. Комунікація – це двосторонній процес. Важливо отримати відгуки, пропозиції та ідеї від представників громадськості та ЗМІ, у тому числі через соціальні мережі. Відсутність двосторонніх комунікаційних каналів під час кризи майже завжди призводить до її поглиблення. Антикризові комунікації мають враховувати характеристики політичного дискурсу (масовість, ірраціональність, недовіру) та базуватися на принципах наочності, пояснення, доступності, оперативності та об'єктивності, репрезентативності (перед суспільством мають звітувати перші особи). Тому комплекс дій оперативного реагування серед іншого передбачає:

- забезпечення громадян офіційною інформацією та позицією, заяви перших осіб;
- взаємодію із засобами масової інформації;
- партнерство з громадськістю;
- роботу з максимальною кількістю цільових аудиторій.

На всіх етапах залучаються зовнішні експерти та коментатори подій, думка яких є авторитетною для цільової аудиторії або її частини. Це можуть бути представники аналітичних структур, галузевих спільнот, профільних громадських організацій. Адже медіа часто у своїх новинах, у гонитві за ексклюзивом використовують пости із соціальних мереж окремих блогерів, прирівнюючи до експертної думки іноді доволі суб'єктивну, поверхневу, ірраціональну точку зору окремої особи. Часто в українському медійному середовищі можна зустріти поширення некоректної інформації, надмірне спрощення в інтерпретації, намагання навісити ярлики на представників влади [8].

Принцип детального аналізу специфіки цільової аудиторії, розроблений фахівцями НАТО в умовах мультинаціональної та мультиетнічної комунікації, також залишається актуальним для українських реалій [9], оскільки одне й те ж саме явище чи проблема сьогодення має свої відтінки й специфіку в сприйнятті різних верств суспільства – від переважно російськомовного Півдня України до західних областей, від кримськотатарської спільноти до польських, румунських, угорських

національних меншин чи єврейських громад. Заслугують на окрему увагу і творче переосмислення в умовах конкретних українських реалій також такі важливі положення з теорії «стратегічних комунікацій» НАТО, як вибір правильного каналу та часових параметрів доставки інформації до адресата, поєднання вербальних і невербальних засобів інформування, використання усього арсеналу сучасних засобів обміну інформацією, коректне оцінювання інформаційного середовища адресата, варіативність емоційно-інформаційної концентрації підготовлених матеріалів, необхідність контролю за фактом доставки інформації до адресата та оцінювання ефекту інформаційного впливу тощо.

Як свідчить ряд досліджень, на рівень сприйняття аналітики не в останню чергу впливає і якість інформаційного продукту. Так, на думку німецьких респондентів [10], якісний продукт аналітичного центру характеризується рядом ознак, які, зокрема, стосуються як структури й змісту, так і графічного дизайну, тобто макета. Мають значення й нагальність та політична значущість. Процес аналізу складається з таких етапів, як введення та обговорення проблематики, представлення даних і фактів, власне аналізу та оцінки, а також висновків і рекомендацій. Останнє залежить від типу публікації і, в основному, стосується аналітичної записки (Policy Paper). Систематичний збір даних і чіткі посилання є невід'ємними характеристиками фахового аналітичного матеріалу. При написанні статті важливо враховувати контекст і визначити наперед цільову аудиторію. Безпосередньо рекомендації наприкінці аналітичного матеріалу опираються на аналіз і є, таким чином, його логічним продовженням. При цьому конкретні й докладні рекомендації додають завершеності всьому аналітичному продукту, тоді як абстрактні рекомендації сприймаються як непереконливі та послаблюють аналітичний матеріал. Якщо йдеться про інтернет-видання, також важливо, на думку німецьких експертів, зробити доступ до аналітичного матеріалу у вигляді PDF-файлу, надати вихідні дані з інформацією про авторів, видавництво, місце та дату написання, а також за необхідності вказати назву проекту, у рамках якого створено публікацію.

Оцінюючи перспективи інформаційно-аналітичної діяльності в системі стратегічних комунікацій, зауважимо, що найочевиднішими чинниками впливу будуть глобальні технологічні та політичні процеси. Серед технологічних чинників, що визначатимуть особливості організації аналітичної діяльності в середній і далекій перспективі, виокремимо:

– розширення можливостей комп'ютерної техніки. Подальша її мінімізація: уже нині науковці Мічиганського університету створили потужний

комп'ютер Michigan Micro Mote завбільшки всього 1 куб. мм. Квантовий суперкомп'ютер;

– удосконалення носіїв інформації. Учені вже створили нанодиск, здатний зберігати інформацію вічно, і навчилися зберігати інформацію в ланцюжку ДНК;

– зростання швидкості й дальності передавання інформації та пропускнуєї спроможності інформаційних магістралей;

– «хмарні» онлайн-бібліотеки, за умови розв'язання проблеми копірайту. Система глобального пошуку;

– мультиресурс, мультисервіс. Надання релевантної онлайн-інформації різних видів і форматів на пристрої користувача;

– розвиток технологій на базі штучного інтелекту. Інтерактивність. Виведення даних на «розумні окуляри», контактні лінзи, голограми тощо. Голосове управління. Синхронний переклад. Аналізатори ситуацій, процесів, середовищ. Індустрія віртуальної реальності. Моделювання ситуацій;

– мобільність, дистанційність. Можливість доступу до інформації з будь-якої точки, оперативне передавання інформації. Розвиток індивідуальних мобільних пристроїв комунікації.

Як наслідок:

– технологічна грамотність стає неодмінною вимогою до аналітика;

– зростає потреба користувачів не в окремих документах, а в синтезованих, тематичних, мультимедійних матеріалах, а отже, зростає роль інформаційно-аналітичних підрозділів наукових бібліотек;

– у бібліотеках як в інтеграторах різноманітних носіїв інформації відбудуться зміни в комплектуванні бібліотечних фондів і сервісах надання інформації;

– основними у функціонуванні наукової бібліотеки стають онлайн-сервіси, орієнтовані на запити користувача. Значна частина інформаційної продукції бібліотеки – синтезована, тематична;

– зростають можливості аналітиків за допомогою мобільних пристроїв брати участь в інтерактивних заходах органів державної влади, інституцій громадянського суспільства тощо; оперативно готувати та передавати аналітичний матеріал, використовуючи при цьому будь-які джерела, «хмарні» сервіси, бази даних, автоматизований аналіз, моделювання;

– розширення можливостей для колективної аналітичної роботи завдяки засобам комунікативної взаємодії.

Сучасні тенденції глобальних політичних процесів дають підстави говорити про необхідність врахування їх у найближчій перспективі.

Зокрема, директор Chatham House Р. Ніблетт у праці «Повернути сенс: виклики західним мозковим центрам» [11] аналізує, чи стануть аналітичні центри новою жертвою світової політичної трансформації, недовіри до владних інститутів, антиелітних настроїв і постправди або ж вони знайдуть новий сенс та форму існування.

На думку М. Денна, генерального секретаря Брейгеля, дослідження досвіду Великої Британії та США продемонстрували втрату довіри й зростаючу кількість теорій змови. Люди більше не вірять статистикам – і через те, що аналітичні центри покладаються на ці статистики, вони також ризикують втратити довіру [12].

Однак не лише досвід Великої Британії та США, а й президентські вибори в Україні продемонстрували глибоку недовіру до владних еліт та інституцій, високий рівень готовності населення до сприйняття маніпулятивних впливів, недосконалість інформаційно-аналітичного супроводу стратегічних комунікацій.

Р. Ніблетт наводить п'ять рекомендацій, за допомогою яких аналітичні центри можуть адаптуватися до нових умов і зберегти релевантність для суспільства: не забувати про основну місію аналітичних центрів – насичувати дискусії фактами й дослідженнями, а не коментарями та суб'єктивними судженнями; генерувати «великі ідеї», використовуючи мислення, що ґрунтується на вузьких національних і групових інтересах; бути джерелом позитивних змін, вказуючи суспільству шлях до прогресу; використовувати нові методи роботи й теми, просуваючи взаємодію між «новими акторами» – НКО, корпораціями, містами тощо; залучати до роботи експертів з різними поглядами, а також жінок, молодь і меншини.

Водночас аналітичний центр повинен мати новий рівень емпатії, у взаємодії із внутрішніми аудиторіями лише це дасть змогу аналітичним центрам адекватно представити інтереси великих соціальних груп.

На переконання С. Голоти, менеджера програмної ініціативи «Демократична практика» Міжнародного фонду «Відродження», щоб роль аналітики ставала потужнішою, аналітичним центрам варто:

– підвищувати свою впливовість. Треба вийти на новий рівень співпраці з органами влади. Залучення аналітичних центрів має стати невід'ємним елементом у процесі розроблення будь-якого стратегічного рішення;

– фокусуватися на регіонах. Це критично необхідно в умовах децентралізації, коли регіони отримали більше адміністративних та фінансових ресурсів, які мають використати на розумні цілі;

– дбати про неупередженість. Рекомендації аналітичних центрів повинні бути неупередженими завдяки практиці зовнішнього рецензування, залучення зовнішніх експертів і донорського фінансування;

– дбати про інституційне зміцнення. Аналітичні центри мають звертати увагу на посилення власної спроможності, формування команди професійних аналітиків та фінансову стабільність [2].

З розвитком публічності діалог між владою та громадськістю має ставати дедалі ефективнішим, а своєчасно здійснений аналіз і якісно проведена експертиза дає змогу встановити виклики та завчасно забезпечити розроблення й прийняття адекватних рішень щодо вибору механізмів та інструментів державної політики.

Список використаних джерел

1. Чуприна Л. Аналітичні підрозділи бібліотеки в системі стратегічних комунікацій / Л. Чуприна // Наук. пр. Нац. б-ки України ім. В. І. Вернадського : зб. наук. пр. / НАН України, Нац. б-ка України ім. В. І. Вернадського, Асоц. б-к України. – Київ, 2017. – Вип. 48. – С. 193–200.

2. *Голота С.* Розумна сила. Чому Україні слід розвивати аналітичні центри [Електронний ресурс] / С. Голота // Укр. правда. – 2017. – 17 трав. – Режим доступу: <https://www.pravda.com.ua/columns/2017/05/17/7144095>. – Назва з екрана.

3. Про рішення Ради національної безпеки і оборони України від 29 грудня 2016 р. «Про Доктрину інформаційної безпеки України» : Указ Президента України № 47/2017 від 25 лютого 2017 р. [Електронний ресурс] // Офіц. інтернет-представництво Президента України. – Режим доступу: <https://www.president.gov.ua/documents/472017-21374>. – Назва з екрана.

4. Побудова системи державних стратегічних комунікацій України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://mip.gov.ua/files/documents/Stratcom_Report_2016_UKR_updated.pdf. – Назва з екрана.

5. *Безверхнюк Т. М.* Технологія розробки стратегічних комунікацій в державному управлінні [Електронний ресурс] / Т. М. Безверхнюк, Т. В. Сивак // Глобальна організація союзницького лідерства. – Режим доступу: <http://goal-int.org/tehnologiya-rozrobki-strategichnih-komunikatsij-v-derzhavnomu-upravlinni>. – Назва з екрана.

6. *Талеб Н. Н.* Черный лебедь. Под знаком непредсказуемости / Н. Н. Талеб. – М. : КоЛибри, 2009. – 528 с.

7. «Найкраща контрпропаганда – це правда!» Звіт про роботу МІП за 2018 рік [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [https://mip.gov.ua/files/pdf/Zvit_2018_web%20\(1\).pdf](https://mip.gov.ua/files/pdf/Zvit_2018_web%20(1).pdf). – Назва з екрана.

8. Руденко А. Ф. Використання антикризових комунікацій органами державної влади у виборчий період: виклики та реагування [Електронний ресурс] / А. Ф. Руденко. – 2018. – груд. – Режим доступу: http://niss.gov.ua/sites/default/files/2019-02/111_Rudenko_Analitchna-zapiska_listopad_-2018_red2-02322.pdf. – Назва з екрана.

9. Стратегічні комунікації: данина моді чи вимога сучасності? [Електронний ресурс] // Defense express. – 2017. – 20 черв. – Режим доступу: <https://defence-ua.com/index.php/statti/3036-stratehichni-komunikatsiyi-danyna-modi-chy-vymoha-suchasnosti>. – Назва з екрана.

10. Мельник М. Аналітичні центри в Україні та Німеччині: головні розбіжності та перспективи співпраці [Електронний ресурс] / Л. Мельник, М. Паталонг, О. Сидорчук. – Київ, 2016. – 29 с. – Режим доступу: https://dif.org.ua/uploads/pdf/854168914585_d2_fd4_a3_c0_f5.81720744.pdf. – Назва з екрана.

11. Марутян Р. «Мозкові центри» світу шукають нові орієнтири [Електронний ресурс] / Р. Марутян // Matrix. – 2019. – 13 лют. – Режим доступу: <https://matrix-info.com/2019/02/13/mozkovi-tsenyry-svitu-shukayut-novi-oriyentyru>. – Назва з екрана.

12. Чому діяльність аналітичних центрів сьогодні є більш важливою, ніж раніше? [Електронний ресурс] // Офіс зв'язку укр. аналіт. центрів у Брюсселі. – Режим доступу: <https://ukraine-office.eu/why-are-think-tanks-more-important-now-than-ever-before>. – Назва з екрана.

References

1. Chupryna, L. (2017). Analytichni pidrozdily biblioteky v systemi stratehichnykh komunikatsii [Analytical Departments of the Library in the System of Strategic Communications]. *Naukovi pratsi Natsionalnoi biblioteky Ukrainy im. V. I. Vernadskoho – Transactions of V. I. Vernadsky National Library of Ukraine*, issue 48, pp. 193–200. Kyiv [in Ukrainian].

2. Holota, S. (2017). Rozumna syla. Chomu Ukraini slid rozvyvaty analitychni tsentry [Reasonable power. Why Ukraine should develop think tanks]. *Ukrainska pravda – Ukrainian Truth*. May 17. Retrieved from <https://www.pavda.com.ua/columns/2017/05/17/7144095> [in Ukrainian].

3. Ukaz Prezydenta Ukrainy No. 47/2017 vid 25 liutoho 2017 roku «Pro rishennia Rady natsionalnoi bezpeky i oborony Ukrainy vid 29 hrudnia

2016 roku «Pro Doktrynu informatsiinoi bezpeky Ukrainy»» [On the decision of the Council of National Security and Defense of Ukraine dated December 29, 2016 «On the Doctrine of Information Security of Ukraine»]. *Ofitsiine internet-predstavnytstvo Prezydenta Ukrainy – Official Online Representation of the President of Ukraine*. Retrieved from <https://www.president.gov.ua/documents/472017-21374> [in Ukrainian].

4. Pobudova systemy derzhavnykh stratehichnykh komunikatsii Ukrainy [Construction of the system of state strategic communications of Ukraine]. Retrieved from https://mip.gov.ua/files/documents/Stratcom_Report_2016_UKR_updated.pdf [in Ukrainian].

5. Bezverkhnuk, T. M., Syvak, T. V. (2017). Tekhnolohiia rozrobky stratehichnykh komunikatsii v derzhavnomu upravlinni [Technology of development of strategic communications in public administration]. *Hlobalna orhanizatsiia soiuznytskoho liderstva – Global Organization of Allied Leadership*. Retrieved from <http://goal-int.org/tehnologiya-rozrobki-strategichnih-komunikatsij-v-derzhavnomu-upravlinni> [in Ukrainian].

6. Taleb, N. N. (2009). Chernyi lebed. Pod znakom nepredskazuemosti [Black Swan. Under the sign of unpredictability]. Moscow: KoLibri [in Russian].

7. «Naikrashcha kontrpropahanda – tse pravda!» Zvit pro robotu MIP za 2018 rik [«The best counter-propaganda is true!» A report on the work of the IOP for 2018]. Retrieved from [https://mip.gov.ua/files/pdf/Zvit_2018_web%20\(1\).pdf](https://mip.gov.ua/files/pdf/Zvit_2018_web%20(1).pdf) [in Ukrainian].

8. Rudenko, A. F. (2018). Vykorystannia antykrizovykh komunikatsii orhanamy derzhavnoi vlady u vyborchyi period: vyklyky ta reahuvannia [Use of anti-crisis communications by state authorities during the election period: challenges and responses]. December. Retrieved from http://niss.gov.ua/sites/default/files/2019-02/111_Rudenko_Analitichna-zapiska_listopad_-2018red2-02322.pdf [in Ukrainian].

9. Stratehichni komunikatsii: danyina modi chy vymoha suchasnosti? [Strategic communications: a tribute to fashion or a requirement of the present?]. *Defense express*. 2017, June 20. Retrieved from <https://defence-ua.com/index.php/statti/3036-stratehichni-komunikatsiyi-danyina-modi-chy-vymoha-suchasnosti> [in Ukrainian].

10. Melnyk, L., Patalonh, M., Sydorhuk, O. (2016). Analitychni tsentry v Ukraini ta Nimechchyni: holovni rozbizhnosti ta perspektyvy spivpratsi [Analytical centers in Ukraine and Germany: main differences and prospects for cooperation]. Retrieved from https://dif.org.ua/uploads/pdf/854168914585_d2_fd4_a3_c0_f5.81720744.pdf.Kyiv [in Ukrainian].

11. Marutian, R. «Mozkovi tsentry» svitu shukaiut novi oriientyry [«Think tanks» of the world looking for new targets]. *Matrix*. 2019, February 13. Retrieved from <https://matrix-info.com/2019/02/13/mozkovi-tsentry-svitu-shukayut-novi-oriientyry> [in Ukrainian].

12. Chomu diialnist analitychnykh tsestriv sohodni ye bilsh vazhlyvoiu, nizh ranishe? [Why is the activity of analytical centers today more important than before?]. *Ofis zviazku ukrainskykh analitychnykh tsestriv u Briusseli – The Office of Ukrainian Analytical Centers in Brussels*. Retrieved from <https://ukraine-office.eu/why-are-think-tanks-more-important-now-than-ever-before> [in Ukrainian].

Стаття надійшла до редакції 29.05.2019.

Leonid Chupryna,

Cand. Sci. (Social Communications), Head of Department,

V. I. Vernadsky National Library of Ukraine

Kyiv, Ukraine

Characteristics of Information and Analytical Support of Strategic Communications

The peculiarities of informational and analytical work in the system of strategic communications in Ukraine are explored. The role and significance of analytical work at the stage of both development of strategic communications in public administration and their functioning are considered. The urgent need for the state authorities to establish high-quality communication with the population and civil society of their own country, to increase the effectiveness of the functioning of anti-crisis communication, cooperation with analytical structures, is emphasized. Information and analytical work is an important condition for the functioning of strategic communications, making effective managerial decisions and so it should be directed at monitoring and analysis of the current situation in the information space, development of activities carried out in the context of state policy and providing for the change of behavioral and emotional settings of certain groups of society and individual persons.

The prospects of information-analytical activity in the system of strategic communications in the context of modern global technological and political processes are analyzed.

Keywords: strategic communications, information-analytical activity, analytical structures.