

**НАЦІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ ДЕРЖАВНОГО УПРАВЛІННЯ
ПРИ ПРЕЗИДЕНТОВІ УКРАЇНИ**

Інститут підвищення кваліфікації керівних кадрів

С. О. Телешун, І. В. Рейтерович

**ІНФОРМАЦІЙНО-АНАЛІТИЧНА ДІЯЛЬНІСТЬ
В ДЕРЖАВНОМУ УПРАВЛІННІ**

Навчально-методичні матеріали

**Київ
2013**

*Схвалено Вченою радою Інституту підвищення кваліфікації керівних кадрів
(протокол № 1 від 28 лютого 2013 р.)
та Науково-методичною радою Національної академії державного управління
при Президентові України (протокол № 36 від 16 квітня 2013 р.)*

Автори :

С. О. Телешун, доктор політичних наук, професор, завідувач кафедри політичної аналітики та прогнозування НАДУ;

І. В. Рейтерович, кандидат політичних наук, доцент кафедри політичної аналітики та прогнозування НАДУ.

Рецензенти :

А. П. Рачинський, доктор наук з державного управління, професор, вчений секретар, професор кафедри державного управління і менеджменту НАДУ;

Ю. Г. Кальниш, доктор наук з державного управління, професор кафедри парламентаризму та політичного менеджменту НАДУ, старший науковий співробітник.

Телешун С. О.

ТЗ1 Інформаційно-аналітична діяльність в державному управлінні : навч.-метод. матеріали / С. О. Телешун, І. В. Рейтерович. – К. : НАДУ, 2013. – 36 с.

Навчально-методичні матеріали підготовлено в межах Комплексної програми професійного розвитку осіб, зарахованих до Президентського кадрового резерву “Нова еліта нації”, які здійснюють навчання в Національній академії державного управління при Президентові України.

Розглянуто основні методи і форми інформаційно-аналітичної діяльності в системі державного управління, проаналізовано технології аналітичної роботи щодо збирання та обробки інформації.

Призначені для осіб, зарахованих до Президентського кадрового резерву “Нова еліта нації”, а також для професійного навчання державних службовців, посадових осіб місцевого самоврядування, працівників центральних і місцевих органів виконавчої влади в системі підвищення кваліфікації.

УДК 35:004:303](076)

Видано на замовлення Інституту підвищення кваліфікації керівних кадрів НАДУ при Президентові України для осіб, зарахованих до Президентського кадрового резерву “Нова еліта нації”.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	4
РОЗДІЛ 1. Особливості інформаційно-аналітичної діяльності в державному управлінні	5
РОЗДІЛ 2. Технології аналітичної роботи щодо збирання та обробки інформації	8
РОЗДІЛ 3. Моніторинг у державному управлінні: види, завдання, специфіка застосування	30
ВИСНОВКИ	33
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	33

ВСТУП

Соціально-економічні та політичні фактори, що впливають на розвиток України, досить складні для наукового осмислення та фіксації відповідних результатів. Передусім це пов'язано зі складнощами “перехідного періоду”, який розпочався у 1991 році, проте не закінчився й до сьогодні. Разом з тим, потреба у дослідженні соціально-економічних та політичних процесів, які зазнають трансформації під впливом новітніх глобальних викликів, набуває особливої актуальності та вимагає чіткої науково-дослідницької методології.

У навчально-методичних матеріалах представлено набір технологій та принципів інформаційно-аналітичної роботи в державному управлінні, оволодіння якими дозволить цілеспрямовано впливати на процес прийняття рішень на державній службі, ґрунтуючись винятково на знанні принципів, структури і механізмів інформаційно-аналітичної діяльності, що дозволить досліджувати не тільки соціально-економічні та політичні процеси, а й мову політики.

Найважливіша наукова складова управлінських знань проявляється в тому, що характер і якість управління базується на підборі різних адекватних у кожній конкретній ситуації способів збору та обробки інформації для прийняття відповідного управлінського рішення. Необхідність розробки цілісної методологічної системи інформаційно-аналітичного забезпечення діяльності органів державної влади виникає також у зв'язку зі складними соціально-економічними та політичними процесами, які відбуваються в світі та Україні, що особливо актуально в останні роки.

Внаслідок складності та різноманіття існуючих підходів і методів інформаційно-аналітичної роботи автори зосередилися на розкритті сутності тільки тих підходів і методів, які не були описані або недостатньо розкриті у вітчизняній науковій літературі.

Підходи та методи для інформаційно-аналітичних досліджень вибиралися авторами виходячи з їхніх наступних характеристик:

- простоти в застосуванні, яка не потребує спеціальної економічної, політологічної, соціологічної підготовки тощо;
- мінімальних ресурсних і часових затрат, необхідних для їхнього проведення;
- принципової придатності для застосування в управлінській практиці одним аналітиком або невеликою аналітичною дослідницькою групою.

РОЗДІЛ 1. ОСОБЛИВОСТІ ІНФОРМАЦІЙНО-АНАЛІТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В ДЕРЖАВНОМУ УПРАВЛІННІ

Інформаційно-аналітична діяльність представляє собою особливий напрям інформаційної діяльності, пов'язаний з виявленням, опрацюванням, збереженням та поширенням інформації у сфері управління, політики, економіки тощо. Інструментальний зміст інформаційно-аналітичної діяльності в державному управлінні уточнюється через визначення змісту інформаційно-аналітичного забезпечення діяльності органів державної влади та органів місцевого самоврядування.

Інформаційно-аналітичне забезпечення – це сукупність технологій, методів збору та обробки інформації, що характеризує об'єкт управлінського впливу (соціальні, політичні, економічні та інші процеси), специфічних прийомів їхньої діагностики, аналізу та синтезу, а також оцінки наслідків прийняття різних варіантів політичних рішень.

Систему інформаційного-аналітичного забезпечення управління можна визначити як взаємозалежну та відповідним чином сформовану сукупність організаційних, організаційно-правових, інформаційних, методичних, програмно-технологічних компонентів, що забезпечує необхідну якість прийнятих управлінських рішень за рахунок раціонального використання інформаційних ресурсів та інформаційних технологій. З поєднанням принципів проблемної орієнтації та програмно-цільової установки як відносно тематики інформаційного забезпечення, так і відносно вибіркості підготовки інформації та доведення її до керівників відповідно до їх місця в системі управління та основних функціональних обов'язків.

Управлінські структури як суб'єкти системи інформаційного-аналітичного забезпечення постійно взаємодіють із інформаційним середовищем, регулюють рух інформації, аналізують тенденції й на цій основі розробляють рекомендації для прийняття управлінських рішень, удосконалювання оптимального управлінського впливу для досягнення цілей керування.

Система інформаційного-аналітичного забезпечення повинна враховувати неоднорідність процесу прийняття управлінських рішень і специфіку діяльності посадових осіб управлінських структур всіх категорій на різних етапах процесу прийняття рішень.

Інформаційно-аналітичне забезпечення необхідно при виконанні наступних завдань:

- моніторинг стану об'єкта управління;
- контроль за виконанням рішень і ефективності виконавчих механізмів;
- аналіз зовнішніх і внутрішніх проблемних ситуацій і прогнозування їхнього розвитку;
- процес підготовки змістовної частини управлінських рішень і їхнього документального оформлення (проекти нормативних документів);
- аналіз обґрунтованості і юридичної правомірності прийнятих рішень;
- організація експертизи пропонованих рішень та проблем.

Управлінські структури як суб'єкти системи інформаційного забезпечення постійно взаємодіють із інформаційним середовищем, регулюють рух

інформації, аналізують тенденції та розробляють рекомендації для прийняття управлінських рішень. Тому система інформаційного забезпечення органів державної влади та органів місцевого самоврядування повинна враховувати неоднорідність процесу прийняття управлінських рішень і специфіку діяльності посадових осіб управлінських структур всіх категорій на різних етапах процесу прийняття рішень. При цьому спеціаліст з інформаційно-аналітичної роботи стикається з низкою проблем під час своєї роботи.

По-перше, одна з головних перепон у роботі спеціаліста з інформаційно-аналітичної роботи у структурах державної служби – традиційний уклад апаратного життя та система специфічних “звичаєвих” табу. Це пов’язано з тим, що державний апарат у нинішньому вигляді фактично не пристосований до оперативного прийняття рішень, оперативного реагування на актуальні проблеми тощо. Це суперечить головним характеристикам інформації – оперативності та актуальності. Інформаційна картина дня часто змінюється буквально за години, а реакція державних органів часто відкладається на наступний день або навіть тиждень. Відповідно часто спеціаліст з інформаційно-аналітичної роботи в державному апараті змушений свій швидкий темп виробництва продукту узгоджувати з темпами інших служб, який часто набагато повільніший. Таким чином, ми маємо справу з проблемою виробничих циклів. Для більшості чиновників нормальний виробничий цикл – один тиждень. Для спеціаліста з інформаційно-аналітичної роботи один тиждень – це максимальний виробничий цикл, який пов’язаний з виходом підсумкових інформаційно-аналітичних програм на телебаченні та радіо, а також друкованих тижневиків. Поряд з цим існує більш важливий щоденний виробничий цикл, пов’язаний з виходом щоденних газет та журналів, моніторингом Інтернету, вечірніх та ранкових телевізійних та радіо програм тощо.

По-друге, спеціаліст з інформаційно-аналітичної роботи часто отримує неточну та неповну інформацію через брак ресурсів для її одержання.

По-третє, існує проблема відсутності належної культури виконання та використання інформаційно-аналітичних матеріалів з діяльності органів державної влади та органів місцевого самоврядування.

З інформаційно-аналітичним забезпеченням тісно пов’язана інформаційно-аналітична робота, яка в органах державної влади та місцевого самоврядування представляє собою сукупність дій, що відбуваються в інтересах підвищення ефективності управлінської діяльності і мають на меті пізнання сутності, причин, тенденцій розвитку подій і явищ в політиці, розгляд і оцінювання ситуацій, вироблення на основі аналізу й обробки інформації висновків, рекомендацій, коментарів. Метою інформаційно-аналітичної роботи є пізнання сутності, причин, тенденцій політичних подій і явищ для обґрунтування прийняття відповідних рішень. Сутність виражає цілісність законів, властивих об’єкту, внутрішній зв’язок, що об’єднує різні сторони предмета або процесу. Сутність виявляється через явище – як зовнішню форму об’єкта. Кінцевим продуктом інформаційно-аналітичної роботи є аналітичний документ.

Основними принципами інформаційно-аналітичної роботи є:

- формування мети досліджень (це основа підходу для вирішення питання “для чого” проводиться дослідження);

- створення понятійного апарату (що дозволяє формувати судження й умовиводи в певних категоріях);
- забезпечення достатньої інформованості (досягнення “критичної” маси);
- розкриття значення фактів (обробити “сирі” факти);
- встановлення причин та наслідків;
- врахування історичного розвитку та національного характеру;
- визначення тенденцій розвитку;
- забезпечення високого рівня достовірності;
- формування висновків і рекомендацій;
- наявність зворотного зв’язку (аналітик повинен знати оцінку споживачів, як використовуються результати досліджень).

У свою чергу засоби інформаційно-аналітичної роботи представляють собою сукупність інтелектуальних та технологічних засобів, які забезпечують виконання поставленого завдання. Під технологічними засобами інформаційно-аналітичної роботи маються на увазі різноманітні каталоги, інформаційні картки, за допомогою яких формують каталоги (тематичні або алфавітні), інформаційні системи (у тому числі автоматизовані), щоденники (головне завдання – регулярна реєстрація інформації про ті чи інші події), системи інформаційного обслуговування, експертні системи, системи штучного інтелекту тощо. Інтелектуальні засоби інформаційно-аналітичної роботи – це різноманітні відомості (характеристики властивостей об’єкта), дані (факти або відомості, представлені в формалізованому вигляді) та повідомлення. По суті, ми маємо справу з інформацією, тобто фактами, які є основою для прийняття рішень щодо проведення адміністративно-організаційних, політичних та інших заходів, а також для підготовки різноманітних пропозицій і рекомендацій стратегічного та тактичного характеру.

В цілому сутність інформаційно-аналітичної діяльності проявляється у виробленому нею продукті: як правило це рекомендації для особи, що приймає управлінські або політичні рішення.

РОЗДІЛ 2. ТЕХНОЛОГІЇ АНАЛІТИЧНОЇ РОБОТИ ЩОДО ЗБИРАННЯ ТА ОБРОБКИ ІНФОРМАЦІЇ

Інформація завжди відігравала важливу роль у життєдіяльності людини. Проте особливе значення інформація набуває при прийнятті політичних та управлінських рішень. З середини XX століття інформація перетворюється на особливий суспільний ресурс, що пояснюється передусім бурхливим науковим та технічним прогресом, що спричинив “інформаційний вибух” – лавиноподібне нагромадження різноманітних фактів та їх автоматизовану обробку. Нові реалії людського буття вимагали нових підходів до розуміння суті інформації.

Епоха, яку відкрило XXI століття, часто називають епохою “медіа-суспільства”. Цей термін свідчить про те, що мас-медіа та інформація, яку вони продукують та поширюють, перебувають у центрі уваги як держави загалом, так і кожного окремого громадянина зокрема. Під мас-медіа розуміють певну сукупність засобів донесення інформації до масової аудиторії, таких як телебачення, газети, журнали, радіо, кіно, книжки, електронні носії тощо. При цьому відзначимо, що з кінця 90-х років XX століття основним засобом масової комунікації стає комп’ютерна мережа Інтернет, яка, по суті, на сьогодні перетворилася на своєрідний заміник інших засобів передавання інформації, точніше – увібрала в себе їх найкращі комунікативні риси.

Наявність багатьох каналів інформації формує своєрідне інформаційне суспільство, яке допомагає суттєво зміцнити інститути громадянського суспільства, загальні демократичні цінності тощо.

Право на доступ до інформації є невід’ємним правом людини та громадянина. Воно охоплює право кожного вільно шукати інформацію та отримувати її з різноманітних джерел, функціонування яких не суперечить діючому законодавству. Основними принципами забезпечення права на доступ до інформації є:

- достовірність та повнота інформації;
- дотримання обмежень, встановлених законом;
- захист права на доступ до інформації;
- презумпція доступності та відкритості інформації;
- своєчасність надання інформації;
- відповідальність за порушення права на доступ до інформації¹.

Конституція України в статті 34 гарантує кожному право вільно збирати, зберігати, використовувати та поширювати інформацію усно, письмово або в інший спосіб. Однак здійснення цих прав може бути обмежене законом в інтересах національної безпеки, громадського порядку та територіальної цілісності держави, охорони здоров’я населення, захисту репутації та прав інших людей тощо.

Разом з тим, в Україні інформаційне суспільство має низку специфічних ознак, які відрізняють його від аналогічного суспільства в країнах західної

¹ Бачило І.Л., Лопатин В.Н., Федотов М.А. Информационное право: Учебник. / Под ред. акад. РАН Б.Н. Топорнина. – СПб.: Юридический центр Пресс, 2001. – 789 с. – С. 240.

демократії. Зокрема, мова йде про концентрацію засобів інформації та посилення впливу інформаційних та комунікативних груп, які є частиною фінансово-політичних груп, на політичні інститути та громадську думку, домінування у ЗМІ комерційних ток-шоу, бульварного телебачення, засилля реклами тощо.

На сьогодні не існує загальноприйнятого у науковому світі визначення поняття інформація. Термін “інформація” виник у XIX столітті в Європі від префікса “in” і кореня “forme”. Він означав щось, що надає форму. Зокрема, інформатором називали вчителя, а інформацією – вчення, повчання. У 1928 році Р.Хартлі ввів термін “інформація” у науку, при цьому воно означало міру кількісного вимірювання відомостей, що поширювалися різноманітними каналами зв’язку. На сьогодні існує багато визначень поняття “інформація”, зокрема з точки зору соціологів (як знакова система у вигляді різноманітних текстів), політологів (як комплекс відомостей, необхідних для успішного функціонування комунікативної системи), кібернетиків (як одне з найзагальніших понять науки, що позначає певні відомості, сукупність якихось даних), журналістів (як міра для середнього інформаційного змісту, статична величина) тощо.

Одним з достатньо поширених визначень, з врахуванням специфіки політичних та соціально-економічних досліджень, є наступне: *інформація* – це відомості про факти (події, особи, організації), які є основою для прийняття рішень щодо проведення адміністративно-організаційних, політичних та інших заходів, а також для підготовки різноманітних пропозицій і рекомендацій стратегічного та тактичного характеру. Показово, що факт як такий практично не містить майже ніякої інформації, якщо його не розглядати разом з іншими фактами. Тільки об’єднавши різноманітні факти та виокремивши серед них найбільш відповідні проблемі, яка розглядається, можна отримати чітку картину того, що відбулося.

В цілому відзначимо, що різні інтерпретації поняття “інформація” обумовлені конкретними цілями кожної окремої науки. Це ж саме стосується й різноманітних класифікацій інформації. Наприклад, виділяють макроінформацію (про різні стани об’єкта) та мікроінформацію (пов’язана з одним станом об’єкта); структурну (зв’язану) та оперативну (робочу); біологічну, фізичну та соціальну. Соціальна інформація, у свою чергу, поділяється на міжособистісну, групову та масову. В Україні в Законі “Про інформацію” (1992) виділені наступні види інформації: статистична, масова, інформація про діяльність органів державної влади та місцевого самоврядування, правова, особиста, довідково-енциклопедична, соціологічна.

Інформація будь-якого виду має свою самостійну цінність, специфічні закономірності функціонування та розвитку, вона здатна до випереджувального впливу на державну політику, часто визначає вибір варіанту політичного розвитку, поведінки різноманітних соціальних груп та окремих громадян. Крім того, інформація служить найважливішим видом забезпечення законодавчої діяльності, адже саме вона лежить в основі ухвалення рішення щодо регулювання тих або інших суспільних відносин.

Інформацію ж в органах державної влади можна класифікувати за різними ознаками. Наприклад, інформацію у системі державного управління можна розділити на офіційну та неофіційну, загальнодержавну та регіональну, гори-

зонтальну або вертикальну, змістовну та цільову, доступну та недоступну тощо. Зазначимо, що в органах державної влади інформація, насамперед, розглядається з точки зору актуальності, вичерпності та адекватності для прийняття відповідних рішень. В цілому ж інформація державних органів та органів місцевого самоврядування – це передусім офіційна документована інформація, яка створюється в процесі діяльності державних органів та органів місцевого самоврядування.

Що стосується *аналітичної інформації*, то вона представляє собою відомості, отримані з перевірених, співвіднесених фактів, які викладені таким чином, щоб відповідати вирішенню конкретного завдання.

Аналітична інформація повинна відповідати наступним якісним характеристикам:

- цінність (корисність) – ступінь сприяння досягненню мети замовника інформації;

- точність – припустимий рівень викривлення інформації;

- достовірність – властивість інформації відображати реально існуючі об'єкти з необхідною точністю;

- повнота – необхідний обсяг відомостей для прийняття виваженого та ефективного рішення;

- оперативність – іншими словами, актуальність, відповідність інформації поточному моменту;

- коректність – однозначність сприйняття інформації всіма споживачами.

Аналітична інформація поділяється на первинну та на вивідну (вторинну).

Під первинною аналітичною інформацією маються на увазі відомості про окремі події, кількість та якість певних предметів, дії політичних акторів тощо. Як правило дана комбінація різноманітних відомостей є слабо структурованою. Єдине, що їх об'єднує – це характеристика певного явища та мета – розв'язання якого-небудь завдання.

Вивідна аналітична інформація представляє собою результат логічного аналізу та узагальнення первинних аналітичних даних з боку безпосередніх учасників подій або зовнішніх спостерігачів (аналітиків, консультантів тощо). Вона дозволяє приймати зважене рішення суб'єкту будь-якої діяльності, орієнтуватися у конкретних моментах ситуації та прогнозувати подальший розвиток подій.

Інформація поділяється на відкриту та закриту. Відкрита інформація як правило отримана з джерел, доступ до яких для більшості громадян не обмежений законодавчими або іншими нормами. Зокрема, це можуть бути друковані та електронні ЗМІ, телебачення, радіо і т.п. Крім того, до відкритої первинної інформації відноситься інформація, що не призначена для широкого розповсюдження ("сіра література" – матеріали різноманітних конференцій, довідники, переліки адрес підприємств, торгові огляди).

Разом з тим, вкрай важливо відрізнити відкриту інформацію від інформації, яка носить суспільний характер (тобто є надбанням суспільства) і доступ до якої мають всі, та від інформації, що носить приватний характер. Суспільна інформація не завжди є обов'язково опублікованою (так, ряд документів адміністративного характеру (охорона здоров'я, податки) є доступними для громадян, проте публікація їх заборонена на законодавчому рівні).

Крім того, до відкритої інформації відноситься інформація, яка має таємний характер. Зокрема, мова йде про посилення представників ЗМІ на джерела, що мають доступ до інформації з обмеженим доступом (наприклад, “за повідомленням джерела з Секретаріату Президента”, окремого міністерства і т.п.).

Органи державної влади, часто керуючись принципом дотримання обмежень, встановлених законом, нерідко засекречують суспільно важливу інформацію. Це пов’язано з тим, що сьогодні в Україні чітко не визначено на законодавчому рівні інформацію, доступ до якої обмежений та мету подібного обмеження. Перелік відомостей, доступ до яких обмежено, в країнах західної демократії є чітко визначеним (в Австрії та Швеції, наприклад, всі офіційні документи – суспільно важливі, якщо тільки не віднесені законом до секретних), в Україні ж подібна практика відсутня, що дозволяє державним органам маніпулювати інформацією у власних інтересах та безпідставно відмовляти у наданні певної інформації, відносячи її до відомостей з обмеженим доступом (при цьому використовуються грифи “Не для друку”, “для службового користування” тощо).

Так, узагальнений аналіз законодавчих актів України щодо оприлюднення інформації державними органами дозволяє визначити такі основні форми доступу:

1. Офіційні сайти державних органів, включаючи інформацію у форматі сайту на електронних носіях – дисках чи інших електронних повідомленнях, що їх видають державні службовці;

2. Офіційні повідомлення власних інформаційних служб державних органів, включаючи прес-конференції та публічні виступи уповноважених посадових осіб;

3. Офіційні засоби масової інформації (друковані та електронні ЗМІ та інші видання, наприклад бюлетені та збірники, визначені законом або регулюючим органом);

4. Повідомленні безпосередньо зацікавленим особам або їх представникам (усні, письмові, надані засобами зв’язку чи за допомогою спеціальних засобів, як-от криптографії чи сурдоперекладу);

5. Державні архіви та власні архіви державних органів;

6. Повідомлення в інших друкованих та електронних засобах масової інформації, а також у мережі Інтернет².

Закрита інформація представляє собою відомості, отримані за допомогою конфіденційних оцінок, особистісних знайомств тощо. Крім того, до цієї інформації відноситься інформація, яка являє собою таємницю та може розповсюджуватися виключно за згодою органів, які розпоряджаються цією інформацією.

В цілому для політичної аналітики інформаційну цінність становлять документи практично будь-якого типу. Критеріями відбору інформації є інформаційна цінність документів та їх доступність. Інформаційна цінність документу визначається рівнем впливу, який інформація, що в ньому міститься,

² *Інформаційна відкритість органів державної влади України. / За загальною редакцією М. Лациби. – К.: Український незалежний центр політичних досліджень, 2005. – 156 с. – С. 16.*

може здійснити на прийняття відповідного рішення. Доступність документа визначається як правило тривалістю часу, затраченого на його пошук та аналіз. Так, документи на паперових носіях поки що є найбільш доступними, проте за своєю інформаційною цінністю вони поступаються документам в електронній формі або телебаченню і радіо.

Використовуючи різні джерела інформації, необхідно бути обачним та старанним, адже найменша фактична неточність може дискредитувати у майбутньому аналітика. Крім того, недбалість у пошуку інформації часто веде до того, що аналітик може дезінформувати замовника та завдати шкоди його репутації.

При цьому необхідно зазначити, що поняття “джерело інформації” трактується достатньо широко. Так, згідно із Законом України “Про інформацію” “джерелами інформації є передбачені або встановлені Законом носії інформації: документи ата інші носії інформації, які являють собою матеріальні об’єкти, що зберігають інформацію, а також повідомлення засобів масової інформації, публічні виступи”. З поняттями “джерело інформації” пов’язаний термін “носій інформації (даних)”, який визначається як матеріальний об’єкт, призначений для зберігання даних³. Як бачимо, визначення терміну “джерело інформації” передусім пов’язано з правовими аспектами інформаційних відносин. Однак на практиці до джерел інформації відносяться об’єкти, які не передбачені Законом України “Про інформацію” (приватні повідомлення, чутки тощо).

Розглянемо основні джерела інформації.

Одним з основних джерел інформації є телебачення. Попри те, що з 90-х років ХХ століття засобом масової комунікації стає Інтернет, телебачення все ще залишається головним медіумом, переважаючи інші канали масової комунікації за масштабами та впливовістю. На сьогодні телебачення є частиною системи соціальних відносин людського суспільства, і виконує такі ж функції, як і інші засоби масової комунікації: допомагає поширювати інформацію, знання, культуру, виступає як інструмент пропаганди, соціального регулювання, організації людей тощо. Разом з тим, телебачення є ефективним джерелом отримання аналітичної інформації. В основному це пов’язано з тим, що, на відміну від інших джерел, телебачення дозволяє наочно спостерігати за тими чи іншими подіями, адже до інформаційної складової додається відеоряд та музично-звуковий супровід (в цілому біля 65%-70% інформації, яку глядач отримує з телеекрану, не дублюється словами). Особливо актуальними для отримання інформації є відеосюжети, присвячені:

- виступам державних та політичних діячів;
- журналістським оглядам з місця подій (на політичну та соціально-економічну тематику);
- різноманітні ток-шоу на політичну та соціально-економічну тематику;
- коментарі експертів, політологів тощо (найбільш цікавими є комплексні коментарі, що надаються одразу кількома експертами в одній студії). Проте необхідно враховувати, що часто аудиторія воліє бачити у якості експертів осіб,

³ Першиков В.И., Савинков В.М. Толковый словарь по информатике. – М.: Финансы и статистика, 1995. – 544 с. – С. 222.

чий інтелектуальний рівень та експертиза не перевищують суттєво відповідний рівень аудиторії. Як наслідок, у вітчизняному телепросторі домінують часто штучно “розкручені” експерти, своєрідна “поп-еліта”, яка обговорює теми, що перебувають далеко за межами її компетенції. Звідси головна функція телебачення – інформування – часто замінюється функцією протилежною – дезінформуванням (у тому сенсі, що інформація є поверховою, фрагментованою, іррелевантною).

“Поверховість” телебачення як джерела аналітичної інформації обумовлена, по суті, двома причинами. По-перше, це комерційна природа телебачення, яка є особливо помітною в останній час (починаючи з 2006 року в Україні спостерігається стійка тенденція до суттєвого збільшення “жовтих” нових, різноманітних ток-шоу тощо, що формує специфічну аудиторію, найбільш придатну для рекламодавців). По-друге, на телебаченні фактично відсутні тексти (крім “біжучого рядку” на інформаційних каналах – таких, як “5 канал”, канал “24”), тому аналітик змушений все сприймати “з голосу”, не маючи можливості перечитати та перевірити отриману інформацію. Крім того, телебачення характеризується низькою швидкістю сприйняття інформації порівняно з текстовими джерелами.

Таким чином, відеосюжети часто використовуються для дезінформації населення, особливо на каналах, які контролюються окремими фінансово-політичними групами. Найбільш яскраво це було продемонстровано в Україні під час президентської кампанії 2004 – 2005 років.

Найбільш дешевим та поширеним засобом масової інформації є радіостанції. На відміну від інших ЗМІ вони мають ряд переваг. По-перше, це оперативність, адже на відміну від телебачення немає потреби готувати та монтувати відеосюжети. По-друге, радіостанції не потребують часу на пересилку великих масивів інформації, тому є мобільними. Таким чином, радіостанції фактично висвітлюють події в режимі реального часу.

Разом з тим, радіостанції як правило є найбільш упередженим джерелом інформації (передусім через те, що більш-менш впливова політична сила або фінансово-політична група здатна якщо не придбати радіостанцію для своїх цілей то, принаймні, впливати на її редакційну політику), тому всі відомості необхідно ретельно перевіряти.

В цілому радіо та телебачення мають ряд переваг, які відрізняють їх, наприклад, від газет і журналів. Передусім це оперативність, можливість інформувати людей з місця події. Крім того, радіо- та телетрансляції передають із документальною точністю емоції учасників подій. Однак аналітику потрібно враховувати, що телевізійна інформація сприймається інакше, ніж теж саме повідомлення надруковане у газеті або передане по радіо. Пояснюється це так званим “ефектом присутності”, тобто, знайомлячись із інформацією в друкованих ЗМІ, аналітик знає, що вона пройшла через призму сприйняття відповідних людей (журналістів, експертів). У свою чергу те, що відбувається на екрані, сприймається безпосередньо аналітиком, який стає не тільки очевидцем тієї або іншої події, але підсвідомо його співучасником, а тому може сприймати інформацію з більшою довірою.

Друковані ЗМІ (газети та журнали) також можуть ефективно використовуватись для отримання аналітичної інформації. Проте їх основними недоліками є неоперативність та залежність від політичних уподобань власників, адже друковані мас-медіа слід розглядати як конгломерат структур приватного бізнесу. Крім того, в силу природних причин ЗМІ менш оперативні ніж, наприклад, інформаційні агентства – передусім через дискретність виходу номерів видань (щоденне, щотижневе, щомісячне). При цьому зміст друкованих видань багато в чому визначається тим, що надходить зі стрічок інформаційних агентств, а вже потім викладається у тому вигляді, у якому подію бачать журналісти. Разом з тим, друковані ЗМІ слід розглядати як своєрідний фільтр, який із загального потоку подій обирає необхідні, визначає порядок і пріоритети їхньої подачі, розставляє відповідні акценти тощо. При цьому нестачу актуальності та оперативності під час подання матеріалу газети компенсують більш глибокою та широкою інформацією, представленням зв'язків та висвітленням залаштункових фактів.

Разом з тим, завдяки великій кількості газет та журналів будь-яку подію можна відстежити практично в усіх аспектах та з різних ідеологічно-ціннісних позицій. Особливу увагу при цьому слід приділяти найвідомішим національним виданням, які переважно віддзеркалюють точку зору відомих політиків, державних діячів, експертів, політологів. На основі національних видань можна проводити моніторинг політичної, економічної, соціальної ситуації в державі в цілому.

Пресу, як правило, поділяють на якісну та популярну. Якісні медіа – це журнали та газети, які мають загальнополітичне спрямування, всебічно, об'єктивно та неупереджено висвітлюють події, орієнтуються на загальнолюдські проблеми, поєднуючи при цьому інформаційний та аналітичний жанри. Характерна особливість якісних медіа – суспільна відповідальність за опубліковані матеріали та дотримання загальноприйнятих етичних норм.

У свою чергу популярні медіа (або сенсаційна преса) далекі від максимально повного та всебічного аналізу соціально-економічних та політичних процесів, часто інформація є абсолютно неперевіреною, факти інтерпретуються вкрай довільно. Головне спрямування популярних медіа – теми масової культури, які відволікають широкий загаль від найгостріших проблем сучасності, схильність до використання стереотипних сюжетів. Показово, що політична та соціально-економічна інформація присутні у популярних медіа, проте вона подається як різновид розваги. При цьому як правило мова йде про інформацію компрометуючого характеру, наприклад, щодо особистого життя політиків, корупції, актів насильства у органах державної влади (депутатські бійки у Верховній Раді України) тощо.

В цілому повідомлення, які містяться в друкованих ЗМІ:

- розрізняються в залежності від приналежності ЗМІ тій чи іншій політичній силі;
- як правило є смисловими одиницями, які мають чітку структуру, направленість та, що головне, конкретні причини виникнення;

- розраховані на певну аудиторію (для аналітика особливу цінність становлять повідомлення інформаційних агентств, адже вони, як правило, є перевіреними та максимально розкривають ту чи іншу тему);
- не є однозначними і відкриті для різноманітних інтерпретацій;
- залежні від політичних та правових обставин (при цьому, якщо правові обставини є однаковими для всіх повідомлень, наприклад, заборона поширювати відверто неправдиву інформацію – наклеп, то політичний момент залежить від кількох факторів, що можуть бути різними для ЗМІ – зокрема, про владність або опозиційність, фінансування з державного бюджету або приватних структур тощо).

Матеріали в друкованих ЗМІ можна розділити на дві групи:

– інформаційні (фактологічні або новинні). У них автор – це передусім посередник між інформацією та читачем. Відповідно його завдання – якомога точніше та неупереджено розповісти про події, опис яких подається у вигляді новин. Новина є поточною інформацією про події, факти і аргументи, яка оформлена за певними правилами. У середньому дві третини усього матеріалу великих щоденних газет – новини. Розрізняють жорсткі, чи важкі новини (англ. hard news) та м'які, чи легкі новини (англ. soft news). Жорсткі новини формулюються коротко і змістовно. Вони інформують об'єктивно та в безособовому стилі про чотири найважливіші запитання у зв'язку з подією: про саму подію ("що"?), про осіб, які брали участь у ній ("хто"?), про дату ("коли"?), та місце ("де"?). Показово, що стиль жорстких новин був створений під час Громадянської війни в США (1861-1865 роки). Внаслідок низької якості телеграфного зв'язку редакції часто отримували лише початок повідомлення про бій. Якщо повідомлення було хронологічно структуроване, то якраз найсуттєвіше, а саме завершення та результат події, про яку повідомлялося (перемога чи поразка), не доходило до адресатів. Тому репортери зверталися до такого методу: по-перше, передати новину в двох частинах (спочатку так званий лід, тобто шапка новин, вступ чи підводка, а потім основна частина новини), а по-друге, підсумовувати найважливіше в шапці новина (коротка інформація про "що?", "хто?", "де?", "коли?"), подаючи в основній частині новини детальну додаткову інформацію. Жорстка новина, як правило, вже в першому реченні наводить відповіді на два найважливіших запитання ("хто"? і "що"?), або вона може починатися ключовою цитатою дійової особи, яка, у скороченому виді, може бути заголовком⁴. У свою чергу легкі новини не мають більш особистий та яскравий характер. По-перше, вони як правило не є структурованими за важливістю інформації. По-друге, легкі новини передусім розглядають нещасні випадки та злочини, корупцію, особисті справи тощо. Разом з тим, і жорсткі, і легкі новини повинні відповідати певній професійній культурі. Про культуру новин можна говорити лише в тому разі, якщо комунікатори і реципієнти однієї думки про ознаки якості новин. Для визначення цієї якості існують три критерії – змістовний, етичний та

⁴ Публіцистика. Масова комунікація: Медіа-енциклопедія / За загал. ред. В.Ф.Іванова. – К.: Академія Української Преси, Центр Вільної Преси, 2007. – 780 с. – С. 240 – 241.

формальний. Змістовний критерій передбачає достовірність, динаміку, актуальність (ексклюзивність), значення, значущість, концентрацію новини. Етичний критерій – надійність та нейтральність. Нарешті, формальний критерій – це зрозумілість і точність, концентрація на змісті і формі (стисле подання інформації), вишуканість слів та синонімія, наочність, логічна побудова новини⁵;

– аналітичні. В основі даних матеріалів знаходяться думки автора, його оцінки, аналіз проблеми.

При знайомстві з вищезазначеними матеріалами досить важливо визначити той жанр, до якого тяжіє розглянута публікація, адже закони жанру багато в чому диктують вимоги вірогідності та емоційної складової подання матеріалів. Виходячи з цього, своєчасне розпізнання жанру може дозволити скласти більше адекватне враження про вірогідність досліджуваних матеріалів, тому що в кожному жанрі присутні свої “умовності” і “правила гри”.

В інформаційних матеріалах найбільш поширеними є замітки, репортажі та інтерв'ю. Замітка – це основний оперативний жанр. Вона відповідає факто-логічному принципу, тобто у ній приводяться факти, події, явища та їх подробиці. Логічні та емоційні оцінки як правило відсутні. Достатньо часто замітки можуть бути структуровані у вигляді “хроніки”.

Репортаж (лат. *reportare* – передавати) – це повідомлення з місця подій, в якому головну увагу приділяють фактам. Разом з тим, у цьому повідомленні можуть міститися й нотки власних суджень.

Інтерв'ю ж це “питально-відповідна” форма публікації. Воно особливо переконливо й вірогідно, оскільки у ньому не інтерпретуються думки, а подані конкретні слова конкретної людини. Розрізняють три підвиди – портретне (про особистість), проблемне (позиція компетентної особи), інформаційне (розповідає про розвиток події, подає думку безпосереднього свідка).

Серед аналітичних матеріалів у друкованих ЗМІ як правило виділяють:

- коментарі;
- статті;
- інформаційно-аналітичні огляди;
- рецензії;
- листи;
- розслідування.

При роботі з даним типом інформаційних джерел необхідно враховувати, що з'ясування та співставлення позицій у матеріалі легко можна зробити однобічний і упередженим, текст наситити різноманітними тупиковими варіантами, а як варіант вирішення проблеми запропонувати вигідне для однієї зі сторін рішення.

Досить розповсюдженим явищем, особливо напередодні виборчих кампаній, бюджетного процесу й так далі є так звані замовлені публікації (“джинса”). Подібний прийом існує ще з 30-х рр. XX ст. Так, у США комісія Конгресу, розслідуючи причини “Великої депресії”, відзначила “некрасиву” роль у цій справі біржових трейдерів, які підкупали “вільних та незалежних” журналістів.

⁵ Там само. – С. 247 – 248.

Розпочинати роботу з аналізу інформації про політичну обстановку, користуючись газетами, потрібно з урахування структури періодичних видань. Передусім необхідно встановити найбільш авторитетні видання, що відрізняються від інших високою кваліфікацією журналістських кадрів і відповідною аргументацією висновків та узагальнень статей, що публікуються. Крім того, важливо визначити ідеологічну направленість видань. Традиційним є поділ на “ліві”, “праві” та “центристські”, хоча не виключно їх часткове розпорошення на “лівоцентристські” тощо.

Крім того, необхідно враховувати вплив фінансово-політичних груп на українські ЗМІ (передусім телебачення, радіо та пресу), які є могутнім та впливовим засобом лобізму на загальногромадянському рівні в Україні. Крім того, зацікавленість у контролі над ЗМІ з боку фінансово-політичних груп значною мірою була обумовлена їхнім прагненням забезпечити собі гарантії у взаємодіях із владою.

Ще у 1997 році дослідники відзначали, що ЗМІ можуть бути використані “в політичних силових іграх, в яких одна політична сила буде намагатися підсилити свої позиції, підготувавши для себе відповідний рівень “громадської підтримки”, для чого потрібна преса”⁶. При цьому цілеспрямована інформаційна діяльність виступає як своєрідний “перекладач” фінансового капіталу в політичний, стаючи засобом впливу, що у підсумку допомагає розв’язувати економічні проблеми власника фінансових потоків⁷.

Можна стверджувати, що на даному етапі “четверта влада” майже повністю підконтрольна основним фінансово-політичним групам. Насамперед це стосується друкованих ЗМІ, телеканалів, меншою мірою – Інтернет-видань.

У цілому фінансово-політичні групи є важливим об’єктом як суспільно-політичної уваги, так і її виразника – мас-медіа. При цьому різні медіа-сегменти по-різному, але переважно однобічно відображають діяльність вітчизняних бізнес-груп. Так, ділові ЗМІ першочергову увагу приділяють проблемам прав власності та контролю, зіткнення інтересів у цій площині. Політичні видання в основному звертаються до теми особистих стосунків поміж “олігархами”, а також до взаємин останніх із навколишнім політичним світом⁸.

З друкованих матеріалів крім преси також активно у роботі політичного аналітика рекомендовано використовувати:

- різноманітні законодавчі документи;
- акти органів влади;
- доповіді, звіти державних установ, громадських організацій та аналітичних центрів, політичних партій;
- статистичні матеріали (дають узагальнену кількісну характеристику якісно однотипних явищ. При цьому статистичні дані можуть бути первинними

⁶ Москаленко А. Вступ до журналістики : Підручник / А. Москаленко. – К. : Школяр, 1997. – 300 с. – С. 187.

⁷ Почепцов Г. Г. Інформаційне суспільство, інформаційний простір, інформаційна політика : чи існують вони в Україні? / Г. Г. Почепцов // День. – 2001. – № 68. – С. 4.

⁸ Сушко О. Українські фінансово-промислові групи в політико-економічних процесах / О. Сушко, О. Лісничук // Економічний часопис ХХІ. – 2003. – № 6. – С. 33–37. – С. 35.

та вторинними. Первинну інформацію отримують завдяки статистичним спостереженням (наприклад, це можуть бути звіти фізичних та юридичних осіб, переписи, обліки тощо), які представляють собою збір масових відомостей про явища. Вторинна статистична інформація є продуктом зведення та аналізу первинних даних. Перевага статистичних даних полягає у наочності характеристики об'єктів та компактній формі подачі великих обсягів інформації. В Україні органи державної статистики (зокрема, Держкомстат) виконують своєрідну функцію інформаційного посередника, оперативно збираючи статистичні дані та інформуючи про них основних споживачів. Ще один інформаційний посередник, який забезпечує інформаційні потреби споживачів, у тому числі аналітиків – бібліотеки, які накопичують задокументовану інформацію практично з усіх сфер людських знань).

Серед різноманітних джерел інформації найбільшу цінність для політичного аналітика на даному етапі має Інтернет, що забезпечує можливість швидкого та відносно легкого (передусім за рахунок наявності різноманітних пошукових систем) доступу до великих масивів документів з різних джерел.

В інформаційному плані Інтернет – це джерело інформації практично будь-якого тематичного спрямування та універсальне середовище, що поєднує більшість інформаційних ресурсів. Він є своєрідним технічним посередником з передачі інформації, а також служить інформаційним полем, у якому розвиваються як традиційні, так і модерні електронні ЗМІ та інші інформаційні проекти. Останнім часом намітилася тенденція до зближення різних видів сайтів Інтернету і поступового їх перетворення на універсальні портали (зокрема, у пошукових системах є стрічки новин, в електронних ЗМІ – можливість пошуку інформації, на сайтах інформаційних агентств – різні види сервісу тощо).

Інтернет у його нинішній формі являє собою конгломерат різних по значенню, вірогідності й цінності відкритих джерел інформації. Однак потрібно пам'ятати, що більша частина його ресурсів – це так зване “інформаційне сміття”. Тому вміння орієнтуватися в цьому безмежному інформаційному просторі – вже половина інформаційно-аналітичної роботи.

Фактаж матеріалів, на які спираються аналітичні матеріали, перевіряється через сайти новин, що постійно оновлюються та розміщують новини з багатьох великих інформаційних агентств, і переважно всі мають електронні архіви за останні кілька місяців. Крім того, динаміка та основні тенденції розвитку ситуації, що досліджується, може відслідковуватися за матеріалами одразу декількох галузевих сайтів.

Другим джерелом аналітичної інформації в Інтернеті можна вважати аналітичні сайти, що належать державним та міжнародним установам. Важливим джерелом інформації є персональні сайти політичних діячів. Вони містять майже повний архів виступів, промов, що дозволяє зробити психологічний профіль цих діячів, а також скласти уяву про їх політичні погляди та переваги.

Крім того, існують аналітичні сайти недержавних дослідницьких установ. Вони містять найбільш повні публікації щодо політичних процесів в Європі або окремих країнах та прогнози розвитку політичної ситуації в регіоні.

Основним недоліком Інтернет сайтів, незважаючи іноді на дуже цінну інформацію, є їх необ'єктивність та залежність від політичних уподобань своїх власників. При цьому потрібно враховувати, що значна частина сайтів безпосередньо створюються під конкретні політичні проекти або вибори – чи то парламентські, чи то президентські. Крім того, Інтернет сайти часто характеризує своєрідний надлишок інформації, її неструктурованість та, відповідно, пов'язану з цим складність пошуку.

Вирішити останню проблему дозволяють пошукові системи, каталоги та метапошукові системи, які представляють собою спеціалізовані бази даних, у яких зберігається інформація про інші сайти Інтернету. Від традиційних інформаційних систем вони відрізняються тим, що зберігають не самі документи, а інформацію про документи та посилання на них. У відповідь на запит користувача видається список адрес, де може бути наявною запитувана інформація. У наш час в США та країнах Західної Європи збір інформації з Інтернету представляє собою самостійний та дуже прибутковий бізнес, яким займаються спеціалізовані дослідницькі центри.

Досить новим явищем на ринку інформації є так звані електронні ЗМІ, які поступово починають конкурувати з традиційними засобами масової інформації. У майбутньому, можливо, “електронна” преса навіть зуміє замінити собою “паперову”, адже використання технічної специфіки Інтернету надає можливість редакторам та журналістам електронних ЗМІ мати оперативний зворотний зв'язок зі своїми читачами. Це дозволяє миттєво вивчати та формувати читацький попит.

Окремо необхідно поговорити про таке джерело інформації, як інформаційні агентства, у силу їхньої специфічності. Це інформаційні служби забезпечують аналітичну діяльність, поставляючи “сирий”, фактичний матеріал. Інформаційні агентства передають найбільш оперативну та актуальну соціальну, політичну, економічну інформацію, суттєво скорочуючи терміни та фінансові витрати на отримання нової інформації з урядових джерел. Найцінніше в інформації агентств – мінімум коментарів у повідомленнях, що дозволяє аналізувати безпосередньо події, а не їхні трактування.

В цілому інформаційні агентства є своєрідними “оптовими” медіа, головне завдання яких – зібрати новинну інформацію з усього світу, а потім передати її “роздрібним” друкованим або електронним ЗМІ. Відзначимо, що до кінця XX століття прямого доступу до аудиторії агентства новин не мали. Однак сьогодні, зберігаючи свої класичні “оптові” функції, інформаційні агентства є також джерелом “роздрібної” інформації – причому не тільки для ЗМІ загалом, але й для аналітиків зокрема. При цьому інформація попадає до аналітика в основному через Інтернет. Відповідно агентства починають усе більше орієнтуватися не на своїх колишніх корпоративних клієнтів, а на індивідуальних споживачів. Зокрема, агентство Associated Press у 1996 році створило на своїх сайтах нову службу The Wire, а в 1997 році запропонувало масовий онлайн-доступ до свого фотоархіву.

Першим інформаційним агентством у світі було французьке агентство Navas, засноване у 1832 році (попередник Agence France-Presse – Агентства

Франс Пресс). Агентство, що являло собою приватне підприємство банкіра Шарля Аваса, готувало скорочені варіанти статей із французької преси та здійснювало переклад на французьку мову скорочених статей із закордонної преси. У 1948 році у Нью-Йорку кілька видань створили кооператив зі збору новин – так з'явилося агентство Associated Press. У цей же час Джуліус Рейтер заснував своє агентство у Парижі, що 1851 року перемістило свою діяльність у Лондон. Слідом за цим інформаційні агентства стали з'являтися по всій Європі, і до кінця століття в більшості європейських країн уже були власні агентства новин.

Кожне агентство новин має свої специфічні риси. Найбільшими інформаційними агентствами на сьогодні є AFP, AP та Reuters. Хоча вони діють у глобальному масштабі, кожне з них має яскраво виражені національні риси, а два з них – AFP і Reuters – ще й яскраво виражені європейські риси. Із цієї трійки найбільш економічно потужним є агентство Reuters, яке ще у 1970-х роках провело комп'ютеризацію своїх основних операцій, а також запропонувало фінансовим ринкам цілий ряд послуг у галузі електронної комерції.

Агентство Reuters, яке раніше належало декільком провінційним щоденним газетам Великобританії та Ірландії, сьогодні представляє собою корпорацію, зареєстровану на лондонській біржі. У 1999 році активи агентства склали 13 827 млн. дол. У 2000 році компанія була пов'язана з 153 країнами та 257 ринками, інформація про які передається в режимі реального часу та нараховувала 521 000 користувачів по всьому світу. При цьому у агентства було 5021 джерело інформації.

Альтернативою агентству Reuters на ринках фінансової інформації є агентства Bloomberg L.P., Bridge Information та Dow Jones. Всі вони, співпрацюючи один з одним або з глобальними агентствами новин, мають свої інтереси на ринку інформації загального характеру. Наприклад, у корпорації Bloomberg L.P. близько 140 000 передплатників більш ніж в 100 країнах; компанія при цьому у роботі використовує матеріали на англійській, французькій, іспанській, німецькій та японській мовах, поширюючи свою інформаційну продукцію через Інтернет, телебачення та радіо. У сво. Чергу агентство Dow Jones обслуговує 318 000 передплатників і, крім того, є видавцем двох таких відомих видань, як The Wall Street Journal та US Today.

Агентство Associated Press офіційно є неприбутковою організацією – свого роду спільним підприємством більш ніж півтори тисячі щоденних газет США (98% від їхньої загальної кількості в країні). За даними на літо 2000 року споживачами інформації агентства виступають 5000 радіо- та телестанцій і 1700 щоденних, щотижневих і університетських газет США.

Французьке AFP являє собою державну (громадську) структуру, яку контролює спеціальна державна рада, де представлені національні газети, журналісти та представники різних державних органів. Державні структури забезпечують приблизно половину прибутків агентства. У 2000 році агентство мало свої бюро в 165 країнах, поширюючи поряд з новинами фотоматеріали (приблизно 250 фото і 80 одиниць графічної інформації щодня) та телепрограми.

По суті, світ телевізійних інформаційних агентств новин сьогодні звузився до двох основних гравців – Reuters та AP. При цьому Reuters навіть

скорочує свій обсяг телемовлення, переорієнтовуючись на нові Інтернет-стратегії. В цілому слід відзначити зростаюче значення Інтернету в діяльності найбільших агентств новин. Передусім це пов'язано з тим, що великі агентства краще всіх підготовлені до того, аби скористатися перевагами Інтернету відносно скороченнями виробничих витрат, оперативності в зборі та поширенні інформації, всієї сукупності “оптових” операцій на світових інформаційних ринках.

Разом з тим, домінування трьох інформаційних столиць світу – Нью-Йорка, Лондона та Парижа – і залежність цих центрів від ринків Північної Америки та Західної Європи, залишається незмінним.

За способом виробництва інформаційного продукту агентства поділяються на три основних типи. Старий підхід персоніфікує Reuters, яке має велику кількість власних кореспондентів, що збирають новини. Агентства другого типу роблять новини самі та користуються послугами інших інформаційних агентств (наприклад, Bloomberg). Третій підхід характерний, зокрема, для канадської компанії Thomson, яка займається чистим збором новин інших агентств. При цьому її підрозділи Dialog та NewsEdge дозволяють шукати й використовувати поточні та архівні новини.

Попри те, що глобальні агентства новин є основними гравцями світової інформаційної системи, у цій системі існують ще такі елементи, як національні інформаційні агентства, а також великі столичні служби новин. Національні агентства новин часто є найбільшими для своєї країни структурами зі збору та обробки інформації – центральною ланкою загальнонаціональної мережі, що зв'язує центральні та місцеві ЗМІ. При цьому у Центральній та Східній Європі існує кілька стратегій взаємовідносин інформаційних агентств з органами державної влади: мова може йти або про відгородження ЗМІ від занадто великого тиску з боку держави, або про збереження державного контролю з відповідними позитивними та негативними наслідками.

Серед вітчизняних інформаційних агентств передусім необхідно відзначити Українське національне інформаційне агентство “Укрінформ”, яке як послідовник Українського телеграфного агентства, Бюро української преси, Радіотелеграфного агентства України, функціонує, по суті, з 1918 року. Сьогодні воно готує і поширює щодня для вітчизняних і зарубіжних ЗМІ близько 500 повідомлень українською, російською, англійською і німецькою мовами, а також понад 50 фотознімків. Серед партнерів Укрінформу – інформаційні агентства 22 країн, зокрема, Болгарії, Китаю, Португалії, Російської Федерації, Румунії, Сербії, Угорщини та інших. Агентство, що є єдиним від України членом Європейського альянсу інформаційних агентств, представлено своїми корпунктами у всіх регіонах України, а також у Німеччині, Китаї, Польщі, Росії, Сербії, Румунії, Угорщині, Узбекистані та інших державах.

У свою чергу Українське незалежне інформаційне агентство новин (УНІАН), створене 1991 року постановою президії Верховної Ради України на базі Українського відділення Інформаційного агентства “Новини” (м. Москва), має потужну базу даних (яка нараховує більше 1 млн. інформаційних заміток), надає послуги з аналітичного консалтингу (в тому числі внутрішньо-політичного та бізнесового), а також піар-супроводження.

Інформаційне агентство “Інтерфакс-Україна”, що працює на ринку політичної та економічної інформації України з 1992 року та є компанією в структурі міжнародної інформаційної групи Interfax International Services, випускає 45 інформаційних продуктів з політичної та економічної тематики українською, російською та англійською мовами.

Серед незалежних інформаційних агентств доцільно відзначити:

- агентство “ЛІГАБізнесІнформ”, яке надає аналітичну, економічну та фінансову інформацію, а також інформує про ситуацію та зміни на ринках України та світу;

- агентство “РБК-Україна”, яке спеціалізується на супроводженні політичних та економічних новин України, країн СНД та ЄС аналітичними коментарями, наданні інформації щодо робіт фінансових ринків, біржових котирувань тощо;

- агентство “Експресінформ”, яке є провідним постачальником оперативної новинної та аналітичної інформації соціально-економічного та політичного характеру, адресованої вищому адміністративному персоналу господарських та управлінських структур усіх форм власності.

Під час роботи з інформаційними джерелами необхідно враховувати канали, по яких інформація потрапляє у друковані або електронні ЗМІ, теле- та радіо ефір. Зокрема, ще у 1973 році у США було проведено дослідження біля 1000 повідомлень у “Нью-Йорк Таймс” та “Вашингтон Пост”. В результаті було з’ясовано, що ці повідомлення йшли трьома основними каналами, а саме:

- рутинний канал (офіційна інформація про прес-конференції, офіційні події, прес-релізи);

- неформальний канал (повідомлення з інших інформаційних структур, витіки інформації тощо);

- вільний канал (інтерв’ю репортерів з різними особами або роздуми про події, свідком яких був журналіст).

При цьому вільний канал став джерелом 25% повідомлень, рутинний канал – 60%. Проте зрозуміло, що для аналітика саме вільний канал є більш цінним, ніж інші канали.

Ключовою ж ланкою в системі інформаційних джерел є людина. Дійсно, людина, з одного боку – свідок або учасник подій, що відбуваються навколо нас, і тому виступає як носій інформації про ці події. З іншого боку, він власник інформації про себе, про свій внутрішній, неповторний світ. І, нарешті, він транслятор інформації, отриманої від інших. Особливість цього джерела у тому, що воно може відкритися або не відкритися: як істота соціальна, людина сама програмує свою поведінку, відповідно, це необхідно врахувати кожному аналітику, що працює із цим інформаційним джерелом.

Що стосується оперативної системи інформування аналітика про поточні події соціально-економічного та політичного життя, то слід звернути особливу увагу на:

- брифінги (ознайомлення громадськості з позицією владних структур з різних питань);

– презентації (урочисті зустрічі представників державних, громадських структур із громадськістю, у тому числі із представниками преси, для ознайомлення з планами, результатами роботи тощо);

– прес-конференції (зустрічі державних або громадських діячів з журналістами щодо актуальних питань внутрішньої або зовнішньої політики держави);

– прес-релізи (спеціальні зведення повідомлень для преси про істотні факти в тій або іншій сфері, підготовлені прес-службами міністерств, відомств тощо);

– екстрені повідомлення по факсу або електронній пошті, що надходять в ЗМІ, недержавні аналітичні центри тощо від прес-секретарів, прес-служб.

Специфічним джерелом інформації є політичні чутки. Події 2004-2005, а також 2007 рр. в Україні продемонстрували, що одним з ефективних засобів формування та управління громадською думкою є цілеспрямоване розповсюдження чуток.

Чутки – це стихійна форма передачі інформації по каналам міжособистісного спілкування⁹.

Чутки не виникають самі по собі. Як правило, існує три основні передумови їх виникнення. По-перше, це суттєвий брак достовірної інформації щодо певної проблеми. По-друге, важливою складовою виникнення чуток є інтерес значної частини суспільства до даної проблеми. По-третє, зацікавленість політичних сил, окремих політиків, владних інституцій, фінансово-промислових груп тощо у виникненні чуток. Тобто, мова йде про “авторів” чуток. Нарешті, необхідною умовою для поширення чуток є існування ретрансляторів. Як правило, чутки поширюються через Інтернет (передусім через неможливість визначити джерело поширення чуток, а також швидкість їх поширення сайтами мережі), іноді – через друковані ЗМІ (в основному мова йде про регіональні видання або видання “спеціалізовані”, “партійну пресу”).

Як правило виділяють два типи чуток. Перший тип – “чутка-пугало”, тобто вираження у конкретній формі типових побоювань громадян, негативні прогнози тощо. Сюжети даних чуток як правило різнобічні, починаючи від песимістичних (стосуються передусім соціально-економічних питань) та закінчуючи відверто панічними (часто використовуються у політичних протистояннях, торкаються таких проблем як можливий початок громадянської війни, введення надзвичайно стану, голод та тому подібне). Другий тип чуток – “чутки-побажання”, які ілюструють найбільш поширені очікування громадян (варто зазначити, що в Україні даний тип практично не поширений, як правило чутки виступають одним з елементів “чорного” піару). Разом з тим, у випадку існування даних чуток відсутність реалізації очікувань населення на практиці призводить до зворотного ефекту, тобто загальна невдоволеність громадян зростає і ретранслюється переважно на об’єкт “чуток-побажань”. Достатньо часто “чутки-побажання” використовують представники опозиційних сил для посилення критики діючої влади. Характерним прикладом можуть бути чутки

⁹ *Евгеньева Т.В. Технологии социальных манипуляций и методы противодействия им. – СПб.: Питер, 2007. – 112 с. – С. 38.*

про збільшення соціальних виплат, зменшення податків тощо, наявності для цього необхідних ресурсів і тому подібне. У випадку ж не реалізації зазначених ініціатив при відповідній інформаційній кампанії рівень довіри до влади та, відповідно, рівень її підтримки як правило зменшується.

Достатньо часто чутки виступають у якості важливого джерела інформації, що дозволяє аналітику більш повно розкрити ті чи інші аспекти досліджуваної проблеми. Це пов'язано з тим, що, по-перше, чутки є своєрідною формою вираження громадської думки, тобто, частково вони характеризують масовий настрій. Таким чином, існування тих чи інших чуток, ступінь їх поширеності, їх трансформація дозволяють з'ясувати:

а) основні очікування громадян у соціально-економічній та політичній площині (у даному контексті чутки – своєрідне соціологічне опитування, без відповідного “редагування”);

б) рівень довіри громадян до владних інституцій, політичних партій, громадських організацій або окремих політиків;

в) ініціаторів розповсюдження чуток, їх скриті інтереси та мету поширення чуток.

По-друге, чутки – це канал формування громадської думки, тому аналітик повинен їх враховувати, адже громадська думка впливає на кінцевий результат вирішення більшості проблем соціально-економічного та політичного характеру. Звичайно, передусім це характерно для розвинутого громадянського суспільства, проте певною мірою це торкається і України, особливо після подій 2004-2005 років.

Також специфічним джерелом інформації є компромат. Термін “компрогат” – це скорочення вислову “компрометуючий матеріал”. Як правило під компроматом мається на увазі інформація, яка здатна нанести у разі її розголошення (або погроз опублікувати) шкоду честі, гідності, іншим правам та інтересам, що охороняються державою, певної особи. Пошук компромату вимагає значних коштів та часу, тому іноді політика можуть спровокувати на протиправні або аморальні вчинки.

У практиці пострадянських країн у якості компромату як правило використовують відомості, які свідчать про:

а) дії, несумісні зі статусом державного службовця, депутата, лідера партії;

б) кримінальні зв'язки політика;

в) порушення базових моральних норм суспільства.

Компрогат, як правило, представляє собою відомості, що є абсолютною неправдою, чистою правдою або напівправдою. При цьому найбільш популярним є використання напівправди, тобто реально існуючих фактів, однак суттєво викривлених.

В основному компрометуюча інформація у суспільствах перехідного типу набуває широкого розповсюдження через традиційні журналістські механізми – у вигляді політичних репортажів, розслідувань тощо. При цьому головну роль у поширенні компромату на сьогоднішній день відіграє Інтернет.

На сьогоднішній день фінансово-політичні групи в пострадянських країнах значні кошти інвестують у вибори та діяльність політичних структур. Зокрема, в

Росії річний обіг ринку політичного консалтингу у рік виборів складає біля 500 млн. доларів¹⁰. При цьому мова йде лише про ті витрати, що проходять через різноманітні консалтингові фірми. В Україні, беручи до уваги проведення дострокових виборів на різних рівнях, а також наявність кількох потужних політичних гравців, витрати фінансово-політичних груп щонайменше не поступаються російським.

Головна ж характеристика подібних інвестицій полягає у тому, що вони носять переважно тіньовий характер. Це дозволяє, по-перше, приховати джерела фінансування того чи іншого політичного проекту, по-друге, відбувається суттєва економія коштів, по-третє, лєвова частка вищезазначених коштів використовується для підготовки різноманітного компромату проти опонентів.

Таким чином, “мова компромату” як складова постмодерного політичного дискурсу є невід’ємною частиною більшості політичних та соціально-економічних процесів на пострадянському просторі. Зокрема, можна виділити наступні сфери застосування “мови компромату”:

1. Виборчі кампанії.

Президентські вибори у цьому контексті є більш персоніфікованими, тобто в основному компромат направлений на конкретних кандидатів, особливості їх біографії, особистісні характеристики. У свою чергу під час парламентських виборчих кампаній паралельно з персоніфікацією “мови компромату” значна увага приділяється дискредитації політичної сили загалом, її ролі у прийнятті законопроектів, що лобіювали інтереси окремих бізнес-груп, сприяли поширенню корупції, незаконному продажу землі тощо.

2. Боротьба фінансово-промислових груп за різноманітні об’єкти державної власності під час приватизаційних конкурсів.

Головна ціль замовників компромату – дискредитувати свого опонента передусім за економічними показниками, тобто показати його неспроможність придбати за ринкову ціну то чи інший об’єкт державної власності.

Достатньо часто об’єктом уваги є рівень соціальних гарантій на підприємствах конкурентів, вказується на те, що він не виконує взятих на себе зобов’язань та т.п.

3. Рейдерство.

Як правило у даному випадку основна увага зосереджується на конкретних порушеннях діючого законодавства, що призвели до захоплення підприємства, зв’язку конкурента з кримінальними структурами або державними органами, що проігнорували факт незаконного захоплення підприємства.

4. Формування громадської думки з різноманітних політико-економічних питань.

Остання сфера, поєднуючи методи попередніх, по суті останнім часом перетворилася на основну, принаймні на політичній арені України. При цьому використання компромату носить завуальований характер, тобто через різно-

¹⁰ Минченко Е. “Единой России” надо серьезно подумать над коррекцией идеологии [Електронний ресурс] / Е. Минченко // Viperson.ru. – Електронні дані. – Дата доступу: 01.06.2005. – Режим доступу <http://www.viperson.ru/lite/wind.php?ID=217236&soch=1>.

манітні масові засоби донесення інформації до громадян (так звана соціальна реклама на телебаченні, білборди тощо) непрямо (без прізвищ або назв) критикується та чи інша політична сила, фінансово-політична група, окремий політик. У даному контексті “мова компромату” є складовою “чорного піару”.

“Компрогат” використовують як фінансово-політичні групи у боротьбі між собою, так і держава – у протистоянні з фінансово-політичними групами, що підтримують опозицію.

При цьому дуже часто провладні фінансово-політичні групи передають силовим органам держави ретельно зібраний “компрогат” на своїх економічних суперників. Даний “компрогат” використовується для елементарного шантажу, проте головна плата за нього – не стільки фінансово-матеріальні ресурси, скільки політична лояльність до діючого режиму.

Активне використання компрометуючих матеріалів дозволяє говорити про існування специфічного ринку компромату. Зокрема, в Росії ринок компромату, починаючи з 1996 року, функціонує паралельно з інформаційним, фінансовим, медійним ринками¹¹. В Україні формування аналогічного ринку припадає на кінець 1990-х років, коли основні фінансово-політичні групи, завершивши приватизацію лівової частки державного майна, вдалися до закріплення набутих активів та перерозподілу у деяких сферах економіки. Збиранням компромату займаються різноманітні служби безпеки корпорацій, охоронні фірми, в яких переважно працюють колишні працівники КДБ або військової розвідки.

В Російській Федерації ринок компромату на сьогодні монополізувала держава, передусім – силові структури. У свою чергу фінансово-політичні групи відмовилися від цього важелю впливу, демонструють підкреслену аполітичність та приймають обов’язкову участь у масштабних соціальних проектах в обмін на недоторканність власних фінансово-промислових активів.

Разом з тим, в Росії збирання компромату на значну кількість політиків України є своєрідною формою зовнішньополітичного та зовнішньоекономічного тиску.

В Україні ж ринок компромату – це основне поле гри загальнонаціональних фінансово-політичних груп у взаємовідносинах між собою. У відносинах з державою ситуація дуже схожа, адже корпорації фактично приватизували державні та громадські інститути.

Необхідно відзначити, що використання “мови компромату” може мати певний позитив в суспільствах перехідного типу, зокрема, коли вона направлена проти корумпованого державного чиновника. Таким чином, у разі його звільнення відбувається певна ротація управлінської еліти. Разом з тим, у випадку пострадянських країн подібна ротація може призвести до домінування в адміністративному корпусі представників однієї провладної бізнес-групи.

В цілому в суспільстві, де формування інститутів громадянського суспільства незавершене, а опозиція, представлена у тому числі кількома

¹¹ Галиев А. Материальные секреты. [Електронний ресурс] / А. Галиев // Компрогат. RU. – Електронні дані. – Дата доступу: 01.06.2005. – Режим доступу <http://www.compromat.ru/main/pricelist/rynok.htm>.

фінансово-політичними групами, використання “мови компромату” є своєрідним замінником публічності та прозорості. Разом з тим показово, що в Росії та, особливо, в Україні на сьогоднішній день практично будь-яка інформація про статки та бізнес-інтереси чиновників зветься компроматом, хоча насправді не є такою по своїй суті. У цьому – певний феномен “мови компромату” в суспільствах, які ще перебувають у стадії демократичного транзиту.

Головним же наслідком “війни компроматів” для суспільств перехідного типу є посилення загального розчарування громадян, соціальна апатія, збільшення кількості виборців, які відмовляються від голосування взагалі або голосують проти всіх, що у перспективі може призвести до зриву виборів.

Під час збору та обробки інформації необхідно враховувати, що достатньо часто у ЗМІ активно просувається *дезінформація* – публікація та популяризація спеціально розроблених зацікавленими особами неправдивих даних та документів під виглядом справжніх. Головна мета дезінформації – введення певних політичних сил, окремих політиків тощо в оману з приводу реального положення справ, спонукання їх до необдуманих або від початку невірних кроків (на основі неправдивої інформації).

Поряд з дезінформацією часто використовується фальсифікація інформації, яка представляє собою свідоме приховування правдивої інформації з паралельним поширенням неправдивої інформації. Практика фальсифікації інформації розповсюджена в Україні під час проведення виборчих кампаній усіх рівнів, процесу формування державного бюджету, звітів різноманітних міністерств та відомств тощо.

Для виявлення дезінформації та джерел її походження необхідно:

- проводити регулярний моніторинг якомога більшої кількості джерел інформації, співставляючи при цьому отримані дані;
- розрізняти факти та думки;
- враховувати, чи здатний інформатор за своїм статусом мати доступ до оприлюднених фактів;
- враховувати суб’єктивні характеристики джерела;
- пам’ятати, що особливо легко сприймається та дезінформація, яку ви припускаєте або бажаєте почути.
- аналізувати ситуацію на предмет виявлення зацікавлених у поширенні дезінформації сторін.

Отримані з різних джерел інформації дані можуть стати корисними лише після того, як будуть піддані необхідному аналізу та максимально точному тлумаченню. Показово, що підґрунтя багатьох політичних невдач як правило полягає не в ігноруванні тієї чи іншої інформації, а в її помилковому аналізі.

Інформація, якою користується політичний аналітик під час своєї роботи повинна бути якісною. Якість інформації – це ступінь розвиненості характеристик інформації, що визначає її практичну придатність для дослідження. Якість інформації залежить від наступних характеристик:

- вірогідність;
- надійність;
- відносність;

- своєчасність;
- повнота;
- важливість.

Для перевірки документів на аналіз потрібно з'ясувати, по-перше, цілі та мотиви їх створення, по-друге, історичний контекст (або політичний фон). Інформація в документі є надійною, якщо вона а) не торкається інтересів автора документу; б) завдає шкоди авторові; в) була загальновідомою на момент публікації; г) є несуттєвою з погляду автора; д) автор ставиться до неї негативно¹².

Будь-яка інформація, отримана з зовнішніх джерел (по відношенню до аналітика) характеризується певним ступенем вірогідності, зокрема, що залежить від ступеня надійності джерела й того, звідки вона отримана. Рівень надійності інформаційного джерела прийнято поділяти на п'ять груп:

- а) абсолютно надійний і компетентний;
- б) звичайно надійний;
- в) не надто надійний;
- г) ненадійний;
- д) невизначений.

Щоб переконатися у вірогідності отриманої інформації, аналітику необхідно дотримуватися наступних правил перевірки вірогідності документів. Зокрема, необхідно:

1. Розрізняти опис подій та їх інтерпретацію (факти та думки).
2. Визначати, якими джерелами інформації користувався укладач документу, чи є вони первинними або вторинними.
3. Визначити наміри, якими керувався автор документу.
4. Враховувати, як могли вплинути на якість документа обставини, за яких він був створений.

Переробка інформації після попереднього збирання фактів та конкретної постановки проблеми передбачає:

- систематизацію фактів, які сортують по ступені їхні відношення до того або іншого питання;
- виявлення ключових моментів;
- побудова припущень, що пояснюють основні факти;
- одержання, при необхідності, додаткових даних;
- оформлення висновків і їхня перевірка на відповідність іншим фактам.

Обов'язково необхідно пам'ятати, що інформація має властивість старіти. Учорашні новини дуже швидко становляться нікому не цікавими. Успіх всієї інформаційно-аналітичної роботи залежить від знаходження правильного балансу між принципами надмірності й розумної достатності. Аналітик зобов'язаний врахувати та оцінити всі отримані дані, якими б суперечливими вони не були, а будь-яке відношення до інформації повинне бути аргументоване, при аналізі інформації також не можна допускати недооцінку або переоцінку фактів.

¹² Ядов В. *Методология и процедуры социологических исследований*. – Тарту: ТГУ, 1968. – 282 с. – С. 170.

Необхідно пам'ятати, що інформаційно-аналітична робота певною мірою є універсальною. Тобто мова йде про те, що фаховий аналітик, який працював, наприклад, у міністерстві палива та енергетики, при переході до міністерства економіки повинен додатково засвоїти лише основні спеціальні знання в новій для себе галузі. Основні принципи інформаційно-аналітичної роботи при цьому залишаються незмінними.

Нова ж “базисна” інформація, яку повинен засвоїти аналітик, включає:

- основні знання про технології виробництва в галузі;
- новий понятійний апарат та галузевий сленг;
- відомості про підприємства галузі, керівників підприємств, співробітників підприємств галузі (у цілому);
- міжнародні та професійні контакти відомства тощо.

Таким чином, аналітик повинен бути проінформований на рівні будь-якого керівника структурного підрозділу державного органу. Те ж саме можна сказати про перехід фахівця з інформаційно-аналітичної роботи в новий для нього регіональний орган державної влади або в новий для нього орган місцевого самоврядування.

Кількість інформації, що циркулює в суспільстві, постійно збільшується. На сьогодні достатньо проблематично оцінити хоча б приблизні обсяги інформації, яку отримують державні, наукові та інші організації, відомства. Проте можливості аналітиків з обробки інформаційних масивів обмежені, адже жоден професійний аналітик не в змозі проаналізувати настільки величезні потоки інформації. Так, наприклад фаховий аналітик за день може проаналізувати не більше 50-60 газет. Тому стає очевидним той факт, що вирішення проблеми аналізу великого обсягу інформаційних даних можливо лише з допомогою процесу автоматизації.

РОЗДІЛ 3. МОНІТОРИНГ У ДЕРЖАВНОМУ УПРАВЛІННІ: ВИДИ, ЗАВДАННЯ, СПЕЦИФІКА ЗАСТОСУВАННЯ

Моніторинг (від англ. monitoring – відстеження) – постійне спостереження за будь-яким процесом з метою виявлення його відповідності очікуваному результату. Під моніторингом соціально-економічних та політичних процесів слід розуміти постійний, систематичний збір інформації з метою спостереження і контролю за розвитком певного соціально-політичного явища чи процесу, а також його прогнозування.

Основними характеристиками моніторингу є системність, динамічність та націленість на прогноз. Об'єктом політичного моніторингу може бути як політична система країни загалом, так і кожна з її окремих складових інституцій, зокрема, державні структури, політичні партії, громадські організації, політичні інститути, їхні взаємозв'язки, політичні лідери тощо. Наразі різноманітні вітчизняні інформаційно-аналітичні структури відпрацювали теоретичні та практичні моменти моніторингу діяльності політичних партій, громадських організацій і т.п. Моніторинги відносин населення до політичних партій і рухів проводяться системно, проте методика та техніка проведення моніторингів з інших питань ще не достатньо відпрацьована, що пояснюється передусім наявною політичною кон'єктурою.

При цьому виділяють три основні види політичного моніторингу, які відрізняються за такими критеріями, як кількість користувачів, результати дослідження та інтенсивність використання даних моніторингу користувачами.

До *першої групи* відносяться моніторинги, орієнтовані на суспільство в цілому. Відповідно як правило метою подібного моніторингу є формування громадської думки з тих чи інших проблем життєдіяльності суспільства. Виходячи з цього ознайомлення користувачів з результатами моніторингу здійснюється через ЗМІ, в основному друковані та, останнім часом особливо – електронні. Загальноприйнятою нормою в більшості країн західної демократії при проведенні подібного виду моніторингу є його бюджетне фінансування (в основному замовлення на проведення моніторингу від державних структур отримують як державні, так і приватні інформаційно-аналітичні центри).

До *другої групи* моніторингу відносяться дослідження, орієнтовані на фахівців різноманітних галузей діяльності. При цьому чисельність груп фахівців може коливатися від кількох десятків чоловік до десятків тисяч. Комунікація між замовником та виробником моніторингу здійснюється за допомогою періодичних спеціалізованих видань, які розповсюджуються за підпискою, у тому числі – через Інтернет.

Нарешті, *третьою групою* включає ті види моніторингу, користувачами якого є окремі структури, керівники різних рівнів, органи влади, політики тощо. Користувачі подібними видами моніторингу отримують готову інформацію як правило у вигляді аналітичних звітів, експертних оцінок, рекомендацій, проектів і т.п., причому ці документи достатньо часто носять закритий та конфіденційний характер.

Політичний моніторинг виконує ряд функцій, основними серед яких є:

- пізнавальна функція, що передбачає діагноз проблемної ситуації;
- функція підтримки дій, спрямованих на благо суспільства (головна мета – збір аргументів для того, щоб переконати владу, громадян, політичні партії тощо в необхідності реформ);
- профілактична функція (спостереження, контроль за діяльністю органів влади, політичних партій, фінансово-політичних груп і т.п., найбільш поширена форма – моніторинг виборів).

Необхідно зазначити, що достатньо часто моніторинг може суміщати різні функції, наприклад – діагностичну та профілактичну.

Проведення політичного моніторингу повинно відповідати ряду ключових принципів, основними з яких виступають:

- оперативність та відповідність поставленим завданням;
- цілісність та науковість;
- точність, системність та детальність інформації, її обов’язкова детальна та максимально глибока перевірка;
- конфіденційність джерел інформації;
- об’єктивність та незаангажованість;
- прогностичність (націленість моніторингу передусім на прогноз).

Для аналізу ситуації у політичній або соціально-економічній сфері як правило використовується моніторинг засобів масової інформації. При цьому необхідно враховувати, що спеціаліст з інформаційно-аналітичної діяльності змушений працювати в умовах поліфонії (наявність великої кількості ЗМІ), що вимагає чіткої організації роботи передусім у питаннях збору інформації та її первинної обробки.

В залежності від завдань моніторингу це можуть бути як загально-національні, так і регіональні ЗМІ, можливий також поділ за направленістю ЗМІ тощо. Аналіз ЗМІ та моніторинг політичних процесів дає можливість оцінити та контролювати політичні процеси та форми їх подачі у ЗМІ, відкоригувати дані процеси, у тому числі з допомогою ЗМІ, а також безпосередньо прогнозувати політичні процеси. Таким чином, моніторинг фактично є інструментом управління політичними процесами.

В цілому моніторинг засобів масової інформації розбивається на кілька етапів, які послідовно реалізуються:

На першому етапі чітко визначається об’єкт дослідження (наприклад, це можуть бути конкретні особи, організації, окремі теми, події і тому подібне). Після розробки моделі інформаційного аналізу об’єкту дослідження відбувається оперативний збір інформації з джерел за заданими критеріями (телебачення, радіо, Інтернет, преса тощо).

На другому етапі головна увага приділяється безпосередній обробці інформації, а саме її перетворення у текстові документи, пошук в даних матеріалах інформації про об’єкти моніторингу тощо. Після цього об’єкти моніторингу заносяться в спеціальну базу даних системи для того, щоб у майбутньому відслідковувати їх.

На третьому етапі відбувається систематизація інформації, що передбачає оцінку та опис об’єктів моніторингу по завчасно визначеним критеріям та

принципам, їх класифікацію. Крім того, не виключна аналітична обробка отриманої інформації з певних напрямків моніторингу.

Нарешті, на четвертому етапі відбувається переведення отриманої інформації у зручну для використання форму, створення готового інформаційно-аналітичного продукту (аналітична записка, прес-огляд і т.п.), а також розробка шляхів вирішення проблеми (практичних рекомендацій).

Що стосується моніторингу у державному управлінні, то він представляє собою систематичний збір інформації з метою спостереження і контролю за розвитком певної сфери державного управління, що сприяє виробленню довгострокової стратегії її розвитку, налагодженню взаємодії між центральною владою та регіонами. Зокрема, моніторинг використовується для комплексної порівняльної оцінки соціально-економічного розвитку областей України, міст, районів тощо.

Основним завданням моніторингу у державному управлінні є аналіз якості державного управління та реалізації національних проєктів, аналіз та прогноз основних загроз суспільного розвитку, збір інформації щодо політичних та соціально-економічних процесів як у окремих регіонах, так і в країні загалом, розробка на основі отриманої інформації комплексу засобів для запобігання криз тощо.

Специфічним видом моніторингу у державному управлінні є моніторинг майбутнього, який представляє собою прогнозування майбутнього стану інформаційного простору. Основне завдання моніторингу майбутнього – визначити, які теми будуть присутні в інформаційному просторі у той чи інший день у майбутньому. При цьому необхідно враховувати, що інформаційний простір має циклічний характер (існують тижневі, місячні, річні цикли). Наприклад, по понеділках як правило домінує тематика обласних та міських тем, під час сесії Верховної Ради – парламентські теми тощо. В регіональному інформаційному просторі можна нарахувати від 50 до 120 тем, що повторюються щорічно. При цьому вони домінують протягом одного дня. Таким чином, фактично на кожний день припадає одна домінуюча тема, яку можна передбачити завчасно.

ВИСНОВКИ

Сучасний стан та тенденції розвитку інформаційно-аналітичної діяльності свідчать про те, що вона є важливою передумовою ефективного державного управління. Однак діяльність інформаційно-аналітичних підрозділів, які функціонують в системі державного управління України, погано скоординована (зокрема, у контексті спільного формування та використання джерельної бази). Також специфіка проблеми інформаційно-аналітичної діяльності в Україні полягає в тому, що робота всіх досліджуваних інституцій спрямована на задоволення інформаційних потреб вищих органів влади переважно на загальнонаціональному рівні. Проте відповідний інформаційно-аналітичний супровід необхідний для прийняття управлінських рішень на регіональному та місцевому рівні, а також під час обґрунтування актуальних наукових і господарських проектів.

В цілому необхідність ефективного інформаційно-аналітичного забезпечення обумовлена не тільки наявністю інформаційних бар'єрів, які перешкоджають одержанню потрібної інформації, а й дефіцитом часу в діяльності споживача інформації. Дефіцит часу суб'єктів управління як споживача інформації потребує перекладання на спеціальну інформаційно-аналітичну службу завдань постійного відстеження інформації щодо визначених інформаційних потреб, аналізу необхідних інформативних фрагментів з усього масиву інформації, аналітико-синтетичного перетворення вихідної інформації у відповідності до потреб споживача. Виконання цих завдань потребує створення системи інформаційно-аналітичного забезпечення споживачів інформації на загальнонаціональному рівні, в якій органи державної влади та органи місцевого самоврядування виступатимуть головним замовником інформаційно-аналітичних документів.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. *Боришполец К. П.* Методы политических исследований : Учеб. Пособие для студентов вузов / К. П. Боришполец. – М. : Аспект Пресс, 2005. – 221 с.
2. Вступ до політичної аналітики Навч. посіб. / Кол. авт.: За заг. ред. С.О.Телешуна. – К. : Вид-во НАДУ, 2006. – 220 с.
3. Політична аналітика в державному управлінні : навч. посіб. / С. О. Телешун, Ю. Г. Кальниш, І. В. Рейтерович, О. Р. Титаренко. – К. : НАДУ, 2012. – 228 с.
4. Політична аналітика в системі публічного управління. Навч. посіб. / Кол. авт. : За заг. ред. С. О. Телешуна. – К.: НАДУ, 2008. – 284 с.
5. *Попов С.* Поиск информации и принятие решения / С. Попов // НТИ. Сер. 2. – 2001. – № 1. – С. 1 – 4.
6. *Рейтерович І.* “Мова компромату” як складова політичного дискурсу в суспільствах перехідного типу / І. Рейтерович // Сучасна українська політика. Політики і політологи про неї. – 2008. – Спецвипуск: Політичні технології. – С. 136 – 140.
7. *Рой О. М.* Исследование социально-экономических и политических процессов / О. М. Рой. – СПб.: Питер, 2004. – 320 с.
8. *Сегалович І.* Как работают поисковые системы / І. Сегалович // Мир Internet. – 2002. – № 10. – С. 24 – 32.
9. Слово в действии. Интент-анализ политического дискурса / Под. ред. Т.Н. Ушаковой, Н.Д. Павловой. – СПб.: Алетейя, 2000. – 316 с.
10. *Телешун С. О.* Моніторинг джерел інформації в системі державного управління / С. О. Телешун, І. В. Рейтерович. – К. : НАДУ, 2009. – 36 с.
11. *Телешун С. О.* Політична аналітика, прогнозування та політичні консультації / С. О. Телешун, А. С. Баронін. – К. : Вид. Паливода А. В., 2001. – 112 с.
12. Теорія і практика політичного аналізу: навч. посібник / За ред. О.Л. Валєвського, В.А. Ребкала. – К.: Міленіум, 2003. – 228 с.
13. *Титаренко О. Р.* Методика підготовки аналітичних документів на матеріалах аналізу політичних текстів: Практикум / О. Р. Титаренко, І. В. Рейтерович. – К.: Видавництво НАДУ, 2007. – 40 с.
14. *Шарков Ф. І.* Политический консалтинг (специализация курса “Консалтинг в связях с общественностью”) : Учебное пособие / Ф. И. Шарков. – 2-е изд. – М. : Издательско-торговая корпорация “Дашков и К”, 2006. – 460 с.
15. *Янг Е.* Як написати дієвий аналітичний документ у галузі державної політики. Практичний посібник / Е. Янг, Л. Куїнн / Пер. з англ. С. Соколик. – К. : К.І.С. – 130 с.

Навчальне видання

Телешун Сергій Олександрович
Рейтерович Ігор В'ячеславович

**ІНФОРМАЦІЙНО-АНАЛІТИЧНА ДІЯЛЬНІСТЬ
В ДЕРЖАВНОМУ УПРАВЛІННІ**

Навчально-методичні матеріали

Відповідальний за випуск *В. А. Дон*
Технічний редактор *О. Г. Сальнікова*

Підп. до друку 17.09.2013.
Формат 60 x 84/16. Обл.-вид. арк. 2,15. Ум.-друк. арк. 2,09.

Видавець Національна академія державного управління
при Президентові України
03057, Київ-57, вул. Ежена Потьє, 20, тел. 456-67-93.
E-mail: vydav@academy.kiev.ua

Свідоцтво серії ДК № 1561 від 06.11.2003.