

УДК 378.147:02



Оксана Матвієнко,
доктор педагогічних наук,
кандидат технічних наук,
професор
кафедри реклами та зв'язків
з громадськістю КНУКіМ



Михайло Цивін,
кандидат технічних наук,
професор кафедри дизайну
НАКККіМ

"Інформаційний бізнес" для бібліотекарів: "ринкові знання" для некомерційної спеціальності

У статті розглянуто зміст ринкової складової освіти студентів бібліотечної спеціальності — дисципліни "Інформаційний бізнес". Виявлено підходи до розуміння інформаційного бізнесу у вітчизняному науковому дискурсі. Запропоновано "інформаційно-діяльнісний" підхід до вивчення дисципліни "Інформаційний бізнес". Зроблено висновки, що зміст навчального курсу "Інформаційний бізнес" має бути акцентований на можливості застосування професійних знань бібліотечного фахівця (створення інформаційних продуктів, надання інформаційних послуг та задоволення інформаційних потреб споживачів) при здійсненні інформаційної підприємницької діяльності.

Ключові слова: інформаційний бізнес, інформаційні продукти, бібліотечна освіта, інформаційні потреби, вітчизняний науковий дискурс, ринковий попит.

Актуальність. Важливим чинником, який значною мірою характеризує професійне самовизначення молоді, є комерціалізація відносин у суспільстві. У тих, хто вже обрав професію і навчається у ВНЗ, існує стала тенденція заміни професійної кар'єри підприємницькою. У процесі професіоналізації студентської молоді є низка суперечностей, які потребують вирішення. Зокрема, між:

— ринковим попитом на кваліфіковану працю фахівців та особистісними прагненнями молоді, яка включається у ринкові відносини і прагне до досягнення матеріального добробуту найшвидшим шляхом;

— між схильністю до певної професії та необхідністю "виживання" у ринкових умовах, що змушує часом зрадити покликанню і обирати таку професію, оволодіння якою забезпечить вищі матеріальні можливості;

— між професійною освітою і потребами суспільства з ринковою економікою.

Необхідність подолання виявлених суперечностей зумовлює *актуальність* "ринкової складової" знань, які мають одержати фахівці бібліотечної спеціальності, щоб бути конкурентоспроможними не тільки у межах своєї професії, а й, за потреби, ефективно діяти й адаптуватись за її межами до різних видів діяльності, пов'язаної зі створенням інформаційних продуктів.

Виклад основного матеріалу. Поміж інших до неринкових, неprestижних професій несправедливо потрапляє і професія бібліотекаря. На це звертається увага фахівців, у професійній бібліотечній пресі висвітлюються "незручні" професійні проблеми, порушуються питання іміджу бібліотекаря, сприйняття бібліотечної професії у суспільстві тощо.

Однак "іміджеві" проблеми бібліотечної професії не відмінюють того об'єктивного факту, що *спеціальна професійна підготовка до бібліотечної діяльності виявляється в інформаційному суспільстві універсальною*, оскільки у взаємозв'язку і взаємообумовленості такі основні її складові, як задоволення інформаційних потреб споживача, інформаційні ресурси суспільства, інформаційний пошук та аналітико-

синтетичне перероблення інформації є основою комфортного існування сучасної людини в інформаційному середовищі.

Часто така "універсальність" професійної підготовки бібліотекаря разом із необхідністю вирішення суто матеріальних проблем стає чинником втрати професійної ідентичності: бібліотечний фахівець полишає поле професійної діяльності та стає фахівцем з інформаційного забезпечення у різних сферах соціальної практики, маркетингом, рекламістом, представником інших, за висловом Д. Равинського [8], "амбіційних" видів діяльності, які прагнуть працювати з інформацією. Хоча така ситуація і є приводом для занепокоєності бібліотечної спільноти, слід зазначити, що освітня система під гаслом конкурентоспроможності вказує досить широку перспективу майбутньої діяльності для абітурієнтів, презентуючи бібліотечну спеціальність на сайтах ВНЗ як таку, де власне бібліотечна діяльність майбутнього фахівця є лише однією з багатьох можливих поміж інших "інформаційних" видів діяльності.

Однак існує й протилежна тенденція. Російський дослідник Д. Равинський [8] у своїй роботі "Библиотека и вызовы XXI века", посилаючись на американського соціолога Е. Ебота, називає бібліотечну професію "федеративною", тобто такою, що "поглинає" представників іншої професійної підготовки та професійного досвіду. Дослідник зазначає, що "федеративні" професії характеризує ефективніше пристосування до змін і викликів нових часів, проте існує загроза втрати бібліотечною професією своєї ідентичності. Федеративна модель уможливує пристосування тих, хто її обрав, до будь-якої ситуації, дає змогу взаємодіяти і абсорбувати будь-яку професію, яка виникла і пов'язана з інформацією.

Не даючи оцінку процесам, пов'язаним зі збереженням професійної ідентичності бібліотекарів, візьмемо до уваги, що виникнення суперечностей у професіоналізації та виборі сфери трудової діяльності бібліотечного фахівця зумовлюється як особистісними рисами людини, так і об'єктивними ринковими умовами, вирішення котрих потребує спеціальних досліджень у галузі професіоналізації бібліотечних кадрів, здійснення спеціальної державної підтримки бібліотеч-

ної справи та низки інших заходів. Вважаємо, що одним із засобів подолання виявлених суперечностей є набуття умінь, знань і навичок створення *конкурентоспроможних інформаційних продуктів та послуг*, які базуються на загальнопрофесійних знаннях і вміннях бібліотечного фахівця і можуть бути використані у бібліотечній діяльності, на ринку інформаційних продуктів та послуг і загалом у сфері функціонування *інформаційного бізнесу*.

Як слушно зазначається у роботі [7], присвяченій моделюванню професійної підготовки фахівця сфери інформаційного бізнесу, "...аналіз структури потреб сфери інформаційного бізнесу свідчить про необхідність залучення до даної сфери спеціалістів різних напрямів: маркетологів, програмістів, аналітиків, логістів, менеджерів, спеціалістів комерції, експертів у різних галузях знань. Вивчення спектру вирішуваних цими спеціалістами завдань свідчить про наявність інваріантної компоненти у структурі та змісті професійної діяльності, пов'язаної із необхідністю володіння технологіями *вивчення інформаційних потреб потенційних клієнтів з позицій усвідомлення їх професійної сфери*" (виділено нами. — О.М., М.Ц.). Додамо, що у такій постановці представлений перелік спеціалістів мають очолювати фахівці з бібліотечною освітою. У цьому сенсі навчальний курс "Інформаційний бізнес" для студентів бібліотечної спеціальності може стати одним із засобів адаптації до сфери бізнесу, поєднуючи комерційну складову інформаційної діяльності та професійні знання бібліотечного фахівця.

Міграція представників багатьох професій до сфери інформаційного бізнесу потребує не тільки виявлення завдань, до виконання яких вони долучаються, а й, власне, аналізу самого поняття "інформаційний бізнес". Судячи з доступних для аналізу підходів, окреслення сфери інформаційного бізнесу є досить широким — товари та послуги від надання ділової інформації, продажу комп'ютерної техніки до освітніх послуг. Наявний науковий доробок не дає змоги чітко окреслити предметну сферу інформаційного бізнесу, дослідження цієї сфери у вітчизняному науковому дискурсі характеризуються наявністю двох дисертаційних робіт [1, 3].

За висновками Т. Дейнеко [3], інформаційний бізнес — це сфера підприємницької діяльності, пов'язана з розробленням, виробництвом і розповсюдженням компонентів інформаційно-комунікаційних технологій (ІКТ).

Подібної думки дотримується Р. Баран [1], у дослідженні якого зазначено, що "...український *інформаційний ринок*, під яким ми розуміємо *ринок інформаційно-телекомунікаційних продуктів та послуг*" (виділено нами — О.М., М.Ц.), характеризується наявністю найсучасніших програмно-технічних систем та засобів обробки інформації, що дає змогу на високому рівні задовольняти інформаційні потреби суспільства". У праці не наведено уточнене поняття "інформаційний бізнес" (хоча це зазначено одним з елементів наукової новизни), однак за контекстом зрозуміло, що автор схиляється до трактувань цього поняття попередниками, тобто до такого, що відповідає сфері діяльності, пов'язаній з розробленням, виробництвом і розповсюдженням компонентів ІКТ.

Ймовірно, такі підходи закріпились на етапі бурхливого розвитку комп'ютерної техніки і залишились у науковому дискурсі протягом тривалого часу. Ретроспективний погляд на публікації минулих років загалом підтверджує таке припущення. Зокрема, "техніко-технологічний" підхід до інформаційного бізнесу застосовано у навчальному посібнику "Введение в информационный бизнес" (1996) [2], який цілком присвячений питанням становлення і розвитку процесів

розроблення і поширення компонентів інформаційних і комунікаційних технологій, вибору та оцінки апаратного і програмного забезпечення.

Зуважимо, що ця сфера діяльності, як бізнес, на практиці вже фактично має свою власну назву — *ІТ-бізнес*, із власним набором продуктів та послуг: продаж (у тому числі збирання) комп'ютерної техніки, розроблення та продаж програмного забезпечення, розроблення та продаж комп'ютерних ігор, сайтобудування, ІТ-консалтинг у різних формах і видах. Значимо, що такий, переважно технологічний, підхід до розгляду проблем та сфер діяльності, у назві яких звучить поняття "інформація", є загалом характерним для наукових підходів у багатьох предметних сферах — від підходу до навчальної та наукової дисципліни "інформатика", як пов'язаної суто з обчислювальною технікою, до техніко-технологічних підходів до розуміння поняття "інформаційний менеджмент" [6].

Вдалим, на нашу думку, є виділений у статті Ю. Корнева [4] розподіл інформаційної сфери на два сектори:

— сектор ІКТ, продуктом, результатом діяльності якого є технічні засоби, програмне забезпечення тощо;

— сектор інформаційно-аналітичної діяльності, результатом функціонування якого є інформаційні продукти у будь-якому виді: віртуальні або на технічних носіях (газети, журнали, електронні документи тощо). У секторі інформаційно-аналітичної діяльності виробляються та реалізуються продукти та ресурси інтелектуальної діяльності.

Підтримуючи такий поділ, все ж вважаємо недоречним віднесення до сектору інформаційно-аналітичної діяльності сфери медіа-індустрії та видавничої справи, які можуть претендувати на окремий розгляд. Виділення інформаційно-аналітичного сектору в інформаційному бізнесі здається нам перспективним підходом до формування змісту освіти у галузі інформаційного бізнесу для студентів бібліотечної спеціальності. Наш підхід полягає в тому, що для трактування поняття "інформаційний бізнес" стосовно навчальної дисципліни для студентів спеціальності "Книгознавство, бібліотекознавство і бібліографія" будемо виходити із родового поняття "інформаційна діяльність" і умовно назвемо "інформаційним" підходом до змісту навчального курсу "Інформаційний бізнес".

Інформаційна діяльність — сукупність процесів збирання, аналізу, перетворення, зберігання, пошуку і розповсюдження інформації, систематично здійснюваних якою-небудь організацією (закладом, підрозділом, групою осіб тощо). Застосування *інформаційного підходу* до формування змісту освіти у сфері інформаційного бізнесу для студентів бібліотечної спеціальності дає змогу уникнути низки суперечностей:

1. Суперечність, яка міститься у дихотомічному поділі обсягу поняття "бібліотечна професія" в *аксіологічному аспекті* на взаємовиключні класи: з одного боку — соціальна спрямованість професії, з іншого — діяльність, спрямована на одержання прибутку.

Очевидно, що система професійної підготовки формує не тільки різні професійні компетенції, а й різні *мотиваційно-ціннісні та світоглядні орієнтації* у студентів спеціальності "Книгознавство, бібліотекознавство і бібліографія" та, приміром, спеціальності "Комерційна діяльність".

Бібліотечна діяльність існує для людини, отже у ній зберігається погляд на можливість ринкової економіки як на *збільшення сутнісних можливостей бібліотеки* і залишається незмінним ставлення до читача як до центральної фігури бібліотечної справи [9].

Стосовно професійних завдань, виконуваних бібліотечним фахівцем, — це, насамперед, *задоволення інформаційних потреб користувачів*, здійснення інформаційної підтримки діяльності у різних сферах соціальної практики, забезпечення відкритого та рівного доступу до інформації для всіх категорій користувачів.

Натомість *фахівець у галузі комерції* — це фахівець з організації процесів, пов'язаних із купівлею-продажем, обміном і просуванням товарів від виробників до споживачів для задоволення купівельного попиту й одержання прибутку.

2. Суперечність між "...формулою призначення бібліотеки, яка виходить із розуміння її як культурно-цивілізаційного феномену" [10] та основною метою комерційної діяльності, яка полягає в одержанні прибутку шляхом задоволення купівельного попиту і застосуванні комплексу прийомів і методів, які забезпечують максимальну вигоду будь-якої торгової операції для кожного з партнерів при урахуванні інтересів кінцевого споживача.

Зазначених суперечностей легко уникнути (або, за потреби, подолати), звернувшись до принципів і закономірностей, які вироблені педагогічною наукою, зокрема принципів формування змісту освіти майбутнього фахівця. Зміст вищої освіти — це система взаємопов'язаних елементів, яка, маючи внутрішню цілісність, виходить зі змістової моделі майбутньої діяльності фахівця, забезпечує безперервний професійно-особистісний розвиток студента і є елементом ширшої системи — змісту безперервної освіти.

Природно, зміст освіти та навчальні посібники, які висвітлюють питання інформаційного бізнесу, є професійно орієнтованими на ті спеціальності, для яких вони створюються. Наприклад, для спеціальності 6.050102 "Економічна кібернетика" у навчальному посібнику з інформаційного бізнесу автора С. Лазаревої [5] викладено методологічні основи економіки й організації інформаційного бізнесу, автор не зупиняється на аналізі сутності та форм інформаційних продуктів і послуг, на виявленні інформаційних потреб користувачів, технологій інформаційної діяльності. Така побудова змісту дисципліни для фахівців у галузі комерції є педагогічно доцільною та методично виправданою.

Що ж стосується навчальних посібників з інформаційного бізнесу для бібліотекарів або ж загалом для "інформаційних" спеціальностей (наприклад, "Документознавство та інформаційна діяльність", "Міжнародна інформація", "Консолідована інформація") — їх не існує. Однак наявність дисципліни у навчальних планах передбачає не тільки створення робочої програми, а й усього методичного комплексу, включно з навчальним посібником.

Для фахівців бібліотечної спеціальності такі дисципліни "ринкового" спрямування, як "Інформаційний бізнес" мають спиратись, насамперед, не на одержання знань про організацію власного бізнесу і, відповідно, прибутку, а на *можливість застосування професійних знань бібліотечною фахівця* у створенні інформаційних продуктів, наданні інформаційних послуг та задоволенні інформаційних потреб споживачів. Структура та зміст професійної підготовки спеціалістів формується з точки зору *цілових установок і виховання професійної культури фахівця*. У цьому контексті дисципліна "Інформаційний бізнес" має гармонійно поєднуватись з іншими дисциплінами навчального плану підготовки фахівців.

Бібліотекарі володіють достатньою інформацією, що дає їм змогу брати ефективну участь у інформаційному бізнесі:

1. Знання закономірностей розвитку соціальної інформації та документальних потоків (таких як дискретність і

старіння інформації та документів, здатність інформації до згорання, динаміка зростання документальних потоків). Уміння визначати ціннісні властивості документів, формувати рейтинги авторів, журналів, видавництва.

2. Володіння навичками аналітико-синтетичного перероблення інформації, навичками її згорання, виділення і формулювання головного змісту, систематизація, предметизація.

3. Досвід роботи з організації інформації та інформаційного пошуку.

4. Компетенції, пов'язані з виявленням інформаційних потреб та розумінням інформаційної поведінки споживача.

Фактично будь-який інформаційний продукт або інформаційна послуга, які пропонуються на ринку різного роду моніторинговими та PR-агенціями, консалтинговими компаніями, знаходяться у межах професійних умінь бібліотекаря — це медіа-аналітика будь-якого рівня для PR- та маркетингових досліджень, це моніторинг інформаційної та PR-активності, репутаційний аудит за ресурсами мережі Інтернет, конкурентний моніторинг і маркетингова розвідка за відкритими джерелами інформації.

Безперечно, у навчальному курсі потрібно передбачати одержання управлінсько-організаційних знань із ведення інформаційного бізнесу, зокрема формування конкурентоспроможного асортименту інформаційних товарів та послуг, системного і цілісного бачення діяльності підприємства на ринку інформаційних продуктів та послуг, вміти оцінити перспективи вкладання коштів у розвиток тієї чи іншої галузі інформаційного бізнесу за різними критеріями.

При підході до змісту навчання з дисципліни "Інформаційний бізнес", який базується на спектрі професійних знань і умінь бібліотекаря, буде дотримано низки дидактичних принципів навчання, зокрема:

— системність та систематичність навчання, які передбачають встановлення студентом асоціацій — зв'язків між предметами та явищами, що вивчаються, логічну послідовність та зв'язок між навчальними предметами.

— зв'язок навчання з життям та практикою професійної діяльності.

Наведено фрагмент орієнтовного тематичного плану з дисципліни "Інформаційний бізнес" для студентів спеціальності "Книгознавство, бібліотекознавство і бібліографія", зокрема ту частину, яка, на наш погляд, є основою навчального курсу. Безперечно, зміст дисципліни може доповнюватись щодо таких тем, як ціноутворення на ринку інформаційних продуктів та послуг, маркетинг інформаційних продуктів та послуг, технології інформаційного пошуку, зокрема інтернет-евристика тощо.

Орієнтовний тематичний план з дисципліни "Інформаційний бізнес"

для студентів спеціальності "Книгознавство, бібліотекознавство і бібліографія"

Модуль 1. Інформаційний бізнес як складова сучасного етапу розвитку інформаційної діяльності

Тема 1.1. Поняття і основні категорії інформаційного бізнесу

Інформаційна індустрія. Види діяльності, які відносяться до індустрії інформації. Види діяльності, прямо або опосередковано пов'язані з інформацією.

Визначення поняття "інформаційний бізнес". Мета, суб'єкти та об'єкт інформаційного бізнесу. Основні сфери інформаційного бізнесу.

Тема 1.2. Інформаційні продукти та послуги

Складові ринку інформації. Поняття "інформаційний продукт" та "інформаційна послуга". Види ІП та послуг.

Класифікація інформаційних продуктів та послуг. Особливості інформаційного продукту. Стан вітчизняного ринку інформаційних продуктів та послуг.

Модуль 2. Технології та завдання діяльності підприємств інформаційного бізнесу

Тема 2.1. Підприємства сфери інформаційного бізнесу

Типологія підприємств сфери інформаційного бізнесу. Моніторингові агенції, PR-агенції, інформаційно-аналітичні центри, консалтингові фірми, агенції ділової інформації.

Некомерційні підприємства та організації інформаційної сфери. Комерційні інформаційні продукти та послуги галузевих інформаційних центрів, бібліотек, архівів. Інформаційні агенції.

Тема 2.2. Інформаційно-аналітичні технології у сфері інформаційного бізнесу

Методи інформаційно-аналітичної діяльності. Термінологічний аналіз. Контент-аналіз. Рейтинговий аналіз. Дискурсивний аналіз.

Інформаційне моделювання об'єкта. Інформаційна діагностика. Інформаційне прогнозування.

Моніторинг як технологія дослідження інформаційного середовища. Функції моніторингу. Інтернет-моніторинг. Основні методи та інструменти моніторингу інтернет-ресурсів. Спеціалізовані служби інтернет-моніторингу.

Тема 2.3. Аналіз конкурентного середовища як завдання діяльності підприємств інформаційного бізнесу

Конкурентне середовище діяльності підприємств та організацій. Бізнес-інформація як предмет праці у сфері інформаційного бізнесу. Зовнішня та внутрішня бізнес-інформація у діяльності підприємств та організацій. Джерела бізнес-інформації.

Поняття "консолідована інформація". Конкурентна розвідка.

Продукти консолідації інформації. Фактографічні продукти та послуги. Бізнес-довідка. Прес-кліпінг. Досьє. Інформаційна продукція як результат інформаційних досліджень. Тематичні аналітичні огляди. Інформаційні послуги та продукція моніторингових агенцій.

Висновки. Зміст "ринкових знань", які потрібно формувати дисципліною "Інформаційний бізнес" для студентів бібліотечної спеціальності як майбутніх представників принципово "некомерційної" професії, має базуватись на спектрі професійних знань і умінь у галузі інформаційної діяльності, зокрема виявленні та задоволенні інформаційних потреб, створенні інформаційних продуктів і наданні інформаційних послуг.

Методологічно доцільним і таким, що знаходиться у межах системної професійної підготовки, є "інформаційний" або "інформаційно-діяльнісний" підхід до вивчення дисципліни "Інформаційний бізнес".

Зміст навчального курсу "Інформаційний бізнес" має бути акцентований на можливості застосування бібліотечним фахівцем професійних знань (створення інформаційних продуктів, надання інформаційних послуг та задоволення інформаційних потреб споживачів) при здійсненні інформаційної підприємницької діяльності.

Список використаної літератури

1. Баран Р. Я. Моделювання маркетингових стратегій інформаційного бізнесу : автореф. дис. ... канд. екон. наук / Баран Ростислав Ярославович ; Технол. ун-т "Поділля". — Хмельницький, 2003. — 18 с.
2. Введение в информационный бизнес : учеб. пособие / под ред. В. П. Тихомирова, А. В. Хорошилова. — М. : Финансы и статистика, 1996. — 240 с.
3. Дейнеко Т. О. Інформаційний бізнес як інноваційний засіб розвитку економіки України : автореф. дис. ... канд. екон. наук / Дейнеко Тетяна Олегівна ; НАН України, Ін-т регіон. дослідж. — Львів, 1999. — 19 с.
4. Корнев Ю. Г. Аналіз інформаційної діяльності як сфери бізнесу / Ю. Г. Корнев // Актуальні проблеми економіки. — 2008. — № 6. — С. 241—248.
5. Лазарева С. Економіка та організація інформаційного бізнесу : навч. посіб. / С. Лазарева. — К. : КНЕУ, 2002. — 667 с.
6. Матвієнко О. В. Інформаційний менеджмент: аналіз предметного поля / Оксана Матвієнко // Вісник Книжкової палати. — 2004. — № 8. — С. 13—17.
7. Молоткова Н. В. Методология проектирования системы профессиональной подготовки специалиста сферы информационного бизнеса : автореф. дис. ... д-ра пед. наук / Молоткова Наталия Вячеславовна ; Тамбов. гос. технич. ун-т. — Тамбов, 2003. — 42 с.
8. Равинский Д. К. Библиотека и вызовы XXI века / Равинский Д. К. — СПб. : РНБ, 2011. — 132 с.
9. Чачко А. С. Библиотечное измерение в человеческом измерении : монография / Чачко А. С. — К. ; М. : [б. и.], 2000. — 168 с.
10. Чачко А. С. Расширение научных представлений о предназначении библиотек. — Режим доступа: libconfs.narod.ru/2005/s1/ . — Загл. с экрана.
11. Abbott A. Professionalism and the future of librarianship / Abbott A. // Library trends. — 1998. — Vol. 46, № 3. — P. 430—443.

В статтє рассмотрено содержание рыночной составляющей образования студентов библиотечной специальности — дисциплины "Информационный бизнес". Рассмотрены подходы к пониманию информационного бизнеса в отечественном научном дискурсе. Предложен "информационно-деятельностный" подход к изучению дисциплины "Информационный бизнес".

Сделаны выводы, что содержание учебного курса "Информационный бизнес" должно быть акцентировано на возможности применения профессиональных знаний библиотечного специалиста (создание информационных продуктов, предоставление информационных услуг и удовлетворения информационных потребностей потребителей) при осуществлении информационной предпринимательской деятельности.

In the article content market component of students' education library profession — discipline "Business Information". The approaches to the understanding of the information business in the domestic scientific discourse.

Proposed "information-activity" approach to the study of the discipline "Business Information". It is concluded that the content of the course "Business Information" should be focused on a possible application of professional knowledge of librarianship (creating information products, information services and information needs of consumers) in the implementation of business information.

Надійшла в редакцію 19 листопада 2013 року