

**КОРПОРАТИВНІ АРХІВИ В СИСТЕМІ
«ПАБЛІК РІЛЕЙШНЗ»: ІЗ ДОСВІДУ КРАЇН ЗАХОДУ**

І. Г. Передерій, д. і. н., доцент
*Полтавський національний технічний університет
імені Юрія Кондратюка, м. Полтава, Україна*

Сучасна типологія й структура архівів західноєвропейських країн остаточно сформувалася після Другої світової війни. Наразі до неї входять державні (національні та відомчі), корпоративні та приватні архіви. Державні та приватні архіви основною своєю функцією мають накопичення та збереження ретроспективної інформації, зафіксованої у документальних джерелах. Такі архіви, за висловом В. Подороги, насамперед – «зібрання і сховища відбитків часу минулого, історично пасивних і навіть мертвих»; їм «можна приписати нейтральну функцію збереження і тим обмежити» [1]. То ж вони переважно мають значення соціальних інститутів пам'яті.

Натомість корпоративні архівосховища відіграють не лише таку роль. Їхні функції є значно ширшими з огляду на те, що архіви цього типу зберігають документальні матеріали різних громадських, наукових, культурно-освітніх, виробничих та інших недержавних установ і, як правило, є самоврядними і не підлеглими урядовим архівним органам [2, с 234].

У ширшому розумінні корпоративні архіви – це архіви різноманітних недержавних структур, як комерційного, так і громадського характеру – корпорацій, фірм, організацій, вишів, наукових установ, громадських чи політичних об'єднань, партій, церков, сект, клубів тощо. Вони мають самоврядування й не підлягають контролю уряду або місцевих установ. Їхнє головне завдання – зберігати документи свого власного об'єднання для внутрішніх потреб. Проте деякі корпоративні архіви мають спеціальну історичну частину, яка відкрита для відвідувачів.

Передусім це архіви великих корпорацій, що зацікавлені в увазі суспільства – у налагодженні ефективних зв'язків із громадськістю.

Серед найбільш важливих принципів організації паблік рілейшнз фахівці зокрема називають правдивість, необхідність та достатність інформації, котрою обмінюється з цільовою громадською аудиторією установа чи підприємство. PR, як будь-яка комунікація, завжди має двосторонню спрямованість, тобто обмежується двома провідними функціями – функцією збирання й аналізу інформації та функцією поширення інформації [3, с. 165].

Звичайно ж, неостанню роль у цьому процесі можуть відіграти корпоративні архіви, що покликані накопичувати й зберігати не лише суто бізнесову документацію, а й інформацію, котра має ширше соціально-комунікативне значення. Адже PR просуває у громадській свідомості саму установу, підприємство чи організацію. То ж і документально-інформаційні потоки, які накопичуються у відповідних розділах корпоративних архівів – наприклад, історичних – допомагають такому просуванню. Тим більше, що сучасні корпорації використовують електронне архівування.

Така практика давно вже стала нормою у західних країнах, де прагнуть належної і прозорої комунікації з громадськістю. Багато провідних компаній світу мають корпоративні електронні архіви і надають певну інформацію з них своїм потенційним інвесторам, споживачам та клієнтам, врешті, представникам ЗМІ, котрі можуть прислужитися у справі створення та підтримання позитивного іміджу фірми чи установи в громадській свідомості.

Наприклад, всесвітньовідома американська компанія Intel, що спеціалізується на розробленні та впровадженні новітніх ІТ-технологій, пропонує такий електронний корпоративний архів на своєму веб-сайті, зокрема для запити історичних технічних описів, історичних фотографій або історичних рекомендацій щодо застосування продукції, котра вже знята з виробництва. Крім того, громадськості пропонуються для ознайомлення річні (піврічні) звіти корпорації, що стосуються різноманітних аспектів її функціонування та діяльності – фінансовий, про корпоративну відповідальність, про забезпечення рівних можливостей під час найму на роботу і навіть про культурну багатоманітність та інклюзивність компанії [4].

Безумовно, оприлюднення такої інформації сприяє розв'язанню багатьох завдань як внутрішньої комунікації всередині самої

корпорації (оскільки доносить необхідні меседжі до всіх її працівників у різних країнах світу, яких у 2014 р. налічувалося понад 106 тис. осіб), так і зовнішніх зв'язків із громадськістю. Адже систематичне, повне й різнобічне інформування персоналу та зовнішньої громадськості створює основу для партнерських взаємин та взаємодії, без яких неможливе існування гармонії та довіри.

Узагалі, на Заході давно вже зрозуміли необхідність інформаційної відкритості для успішної реалізації будь-якого проекту – бізнесового, політичного, наукового чи культурно-освітнього. Вимоги щодо відкритості даних та їхньої доступності для науковців, журналістів і громадськості у західному суспільстві постійно зростають. Є й інша сторона медалі. Електронна система відкритих даних може запобігати різного роду негативним явищам у суспільстві – наприклад, корупції.

Із метою задоволення відповідних потреб 2010 р. був створений Проект *OpenCorporates*. Він є найбільшою відкритою базою корпоративних даних в Інтернеті. Одним із засновників британського стартапу став Кріс Таггарт – колишній журналіст. Представляючи восени 2014 р. свою роботу в Римі на Італійському Форумі персональної демократії (PDFI) – конференції, присвяченій розумінню особливостей майбутнього суспільства як «суспільства інформаційних даних», Таггарт описав, спосіб, за допомогою якого *OpenCorporates* зібрав відомості про більш ніж 83 мільйони компаній з усього світу, використовуючи вихідні дані з корпоративних реєстрів та інших подібних архівів.

OpenCorporates агрегує цю інформацію у зрозумілому, зручному для користувача форматі, і викладає її у вільний доступ. Стартап виконує також «брудну роботу» – відкриває масиви даних, здійснює пошук по застарілих та заплутаних архівах, які часто реалізовані в несумісних форматах і які складно поєднати з іншими даними. Гарним прикладом підходу *OpenCorporates* є робота стартапу з даними банку «Barclays Bank» і глобальною мережею його дочірніх компаній. Для того, щоб агрегувати всі доступні дані, *OpenCorporates* зібрав інформацію з трьох різних масивів даних: Реєстру компаній Нової Зеландії, Національного інформаційного центру Федеральної резервної системи США та картотек 10-K і 20-F Комісії з цінних паперів і бірж США. Результатом стала зведена карта, яка в зрозумілій та зручній для

навігації формі показує всі відгалуження «Barclays Bank» на різних рівнях.

Нещодавно *OpenCorporates* у співпраці з «Kiln» запустили ще один інструмент візуалізації, завдяки якому веб-сайт зміг створити карти глобальних мереж шести найбільших банків у США і продемонструвати їхню присутність – через дочірні або контрольовані компанії – в офшорних зонах, таких як Кайманові острови. Базу даних *OpenCorporates* використовують багато неурядових організацій. Один з прикладів: «Privacy International» – американська неурядова організація, що займається питаннями спостереження та недоторканності приватного життя, використала базу даних для створення Індексу індустрії спостереження – розслідування комерційних зв'язків між компаніями, які продають програмне забезпечення для спостереження [5].

Отже, документальні масиви корпоративних архівів відіграють у сучасному західному світі неабияку роль у налагодженні ефективних (у різних змістових контекстах) зв'язків із громадськістю. То ж цей досвід варто вивчати й використовувати його здобутки у вітчизняній практиці документно-інформаційних комунікацій.

Список використаних джерел

1. Подорога В. К философии архива / Валерий Подорога // Индекс / Досьє на цензуру. – М., 2001. – № 14. – [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://index.org.ru/journal/cont14.html>. – Назва з екрана.
2. Архівознавство : підруч. для студ. іст. ф-тів вищ. навч. закладів України / за заг. ред. Я. С. Калакури та І. Б. Матяш. – К. : Видавн. дім «КМ Академія», 2002. – 356 с.
3. Шарков Ф. И. Интегрированные коммуникации: реклама, публик рилейшнз, брендинг : учеб. пособ. / Ф. И. Шарков. – М. : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2011. – 324 с.
4. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.intel.ru/content/www/ru/ru/diversity/diversity-at-intel.html>. – Назва з екрана.
5. OpenCorporates: відкриті дані для корпоративної прозорості. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ua.ejo-online.eu/1994/цифрові-медіа/opencorporates-відкриті-дані-для-корпоративної-пр.> – Назва з екрана.