

**І. В. Захарова, Л. Я. Філіпова,  
І. С. Задорожний, Д. А. Тарасенко**

# **ОСНОВИ ІНФОРМАЦІЙНО- АНАЛІТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ**

**Навчальний посібник**



Східноєвропейський університет імені Рауфа Аблязова

І. В. Захарова, Л. Я. Філіпова,  
І. С. Задорожний, Д. А. Тарасенко

# **ОСНОВИ ІНФОРМАЦІЙНО-АНАЛІТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ**

Навчальний посібник

Черкаси – 2024

УДК 002.5+303.442.3(07)

ББК 65.291.212.8я73

З-38

*Рекомендовано Вченою Радою Східноєвропейського університету імені Рауфа Аблязова як навчальний посібник для здобувачів вищої освіти.  
Протокол № 06/24 від 20.09.2024 р.*

### **Рецензенти:**

**М. С. Пасічник** – доктор історичних наук, професор, професор кафедри медійних технологій, інформаційної та книжкової справи Інституту поліграфії та медійних технологій Національного університету «Львівська політехніка» (м. Львів)

**В. О. Кудлай** – кандидат наук із соціальних комунікацій, доцент, завідувач кафедри інформаційної діяльності Маріупольського державного університету (м. Київ)

**Захарова І. В., Філіпова Л. Я., Задорожний І. С., Тарасенко Д. А.**

Основи інформаційно-аналітичної діяльності : навч. посіб. / І. В. Захарова, Л. Я. Філіпова, І. С. Задорожний, Д. А. Тарасенко ; 2-е вид., випр. і допов. Черкаси: Східноєвропейський університет імені Рауфа Аблязова, 2024. 347 с.

Навчальний посібник розкриває теоретичні, методичні, організаційні та прикладні аспекти реалізації напрямів, процесів, форм і методів інформаційно-аналітичної діяльності. У посібнику наведено основні відомості про розвиток теоретичних основ інформаційно-аналітичної діяльності, висвітлено організаційно-методичні і правові аспекти інформаційно-аналітичної діяльності, схарактеризовано типологію інформаційно-аналітичних продуктів і послуг, описано методику створення інформаційно-аналітичних продуктів, розробки інформаційно-аналітичних документів.

Навчальний посібник призначений для здобувачів закладів вищої освіти, які готують фахівців зі спеціальності «Інформаційна, бібліотечна та архівна справа», дослідників, які цікавляться питаннями інформаційно-аналітичної діяльності.

ISBN 978-966-7812-62-1

© Захарова І. В., Філіпова Л. Я., Задорожний І. С., Тарасенко Д. А., 2024

## ЗМІСТ

ПЕРЕДМОВА .....	6
РОЗДІЛ 1 ІНФОРМАЦІЙНО-АНАЛІТИЧНА ДІЯЛЬНІСТЬ: ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ .....	10
ТЕМА 1. ІНФОРМАЦІЙНА СКЛАДОВА ІНФОРМАЦІЙНО-АНАЛІТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ .....	10
1.1 Поняття «інформація». Концепції інформації .....	10
1.2 Структура, показники і властивості соціальної інформації .....	26
1.3 Законодавче визначення поняття «інформація» та її видів .....	35
1.4 Поняття «інформаційні ресурси» .....	42
1.5 Сутність і складові інформаційної діяльності.....	50
Контрольні запитання .....	65
ТЕМА 2. ДЖЕРЕЛА ІНФОРМАЦІЇ .....	68
2.1 Джерела інформації в системі суб'єктно-об'єктних відносин інформаційної діяльності .....	68
2.2 Джерела видів інформації .....	76
2.3 Наукові і аналітичні видання як джерела інформаційно-аналітичної діяльності .....	95
2.4 ЗМІ і медіа-інформація .....	100
2.5 Реклама як джерело інформації .....	108
Контрольні запитання .....	113
ТЕМА 3. АНАЛІТИЧНА СКЛАДОВА ІНФОРМАЦІЙНО-АНАЛІТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ .....	115
3.1 Двоєдина природа інформаційно-аналітичної діяльності .....	115
3.2 Теоретична база ІАД.....	124
3.3 Науково-інформаційна діяльність у контексті інформаційної індустрії та інформаційного сервісу.....	130
3.4 Поняття «аналітика» .....	140
3.5 Поняття «інформаційна аналітика».....	151
Контрольні запитання .....	161
РОЗДІЛ 2 ІНФОРМАЦІЙНО-АНАЛІТИЧНА ДІЯЛЬНІСТЬ: ПРАКТИЧНІ АСПЕКТИ .....	163
ТЕМА 4. ФОРМИ ОРГАНІЗАЦІЇ ІНФОРМАЦІЙНО-АНАЛІТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В СУСПІЛЬСТВІ.....	163
4.1 Суб'єкти інформаційної діяльності і суспільна організація інформаційної діяльності .....	163

4.2 Задоволення суспільних інформаційних потреб у контексті інформаційно-аналітичної діяльності .....	169
Контрольні запитання .....	178
Тема 5. ІНФОРМАЦІЙНЕ ВИРОБНИЦТВО. ІНФОРМАЦІЙНИЙ БІЗНЕС....	179
5.1 Інформаційна складова економіки .....	179
5.2 Поняття про інформаційний бізнес .....	184
5.3 Закони розвитку інформаційного виробництва .....	190
Контрольні запитання .....	194
Тема 6. ІНФОРМАЦІЙНО-АНАЛІТИЧНА ДІЯЛЬНІСТЬ ОРГАНІВ ПУБЛІЧНОЇ ВЛАДИ .....	195
6.1 Інформаційно-аналітична діяльність як функція і інструмент влади..	195
6.2 Технології інформаційно-аналітичної діяльності у сфері управління	207
6.3 Служби інформаційно-аналітичного забезпечення органів публічної влади .....	211
Контрольні запитання .....	219
Тема 7. ІНФОРМАЦІЙНЕ ОБСЛУГОВУВАННЯ. ІНФОРМАЦІЙНІ ПРОДУКТИ І ПОСЛУГИ ЯК РЕЗУЛЬТАТ ІНФОРМАЦІЙНО-АНАЛІТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ .....	221
7.1 Визначення послуги. Трактуювання термінів «інформаційне обслуговування», «інформаційна послуга», «інформаційна продукція»..	221
7.2 Споживчі вимоги до інформаційної продукції .....	228
7.3 Класифікація інформаційної продукції і послуг .....	230
7.4 Комунікаційно-технологічні аспекти здійснення інформаційного обслуговування .....	236
7.5 Виробники інформаційної продукції .....	248
Контрольні запитання .....	255
РОЗДІЛ 3 МЕТОДИЧНІ АСПЕКТИ ПІДГОТОВКИ ІНФОРМАЦІЙНО-АНАЛІТИЧНИХ ПРОДУКТІВ .....	258
Тема 8. ІНФОРМАЦІЙНИЙ ДОКУМЕНТ ЯК ОДИН З ВИДІВ ІНФОРМАЦІЙНОЇ ПРОДУКЦІЇ .....	258
8.1 Інформаційний документ як результат аналітико-синтетичної переробки інформації.....	258
8.2 Основні види інформаційних документів: загальна характеристика ..	263
8.3 Загальна методика створення інформаційного документа .....	265
Контрольні запитання .....	268
Тема 9. МЕТОДИКА ПІДГОТОВКИ ОКРЕМИХ ВИДІВ ІНФОРМАЦІЙНО-АНАЛІТИЧНИХ ДОКУМЕНТІВ .....	270
9.1 Аналітичні документи як вид вторинних документів .....	270

9.2 Вимоги до розробки аналітичної довідки і аналітичної записки .....	274
9.3 Методика складання дайджесту .....	278
9.4 Методика складання реферату .....	283
Контрольні запитання .....	303
Тема 10. ОГЛЯДОВО-АНАЛІТИЧНИЙ ДОКУМЕНТ: ПОНЯТТЯ, КЛАСИФІКАЦІЯ, СТРУКТУРА, МЕТОДИКА СКЛАДАННЯ .....	304
10.1 Огляд як результат оглядово-аналітичної діяльності .....	304
10.2 Класифікація і характеристика основних видів оглядів .....	310
10.3 Методика підготовки оглядів .....	320
Контрольні запитання .....	333
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ .....	335
ДОДАТКИ .....	344

## ПЕРЕДМОВА

Навчальний курс з основ інформаційно-аналітичної діяльності (далі – ІАД) спрямований на вивчення теоретичних, методичних, організаційних та прикладних аспектів здійснення напрямів інформаційно-аналітичної діяльності.

Необхідність видання навчального посібника для студентів закладів вищої освіти, присвяченого проблемам ІАД, обумовлений наступними чинниками.

По-перше, активний розвиток ІАД у вітчизняних державних органах і комерційних організаціях набув характеру однієї з істотних тенденцій останнього часу. Її актуалізація обумовлена рядом об'єктивних факторів: з одного боку, це демократизація соціального життя, розвиток ринкових відносин, легітимність, бурхливий розвиток підприємницької діяльності, а з іншого, – пов'язане з ними підвищення значимості інтелектуальної складової при прийнятті рішень в управлінській та інших сферах суспільного життя, а також зростаючий потік інформації, необхідний для прийняття управлінських рішень та здійснення інших видів суспільної діяльності.

По-друге, в останні роки відбулося досить широке визнання соціального статусу ІАД, яке характеризується цілим рядом ознак (інформованість суспільства про існування аналітики, визнання феномену аналітики як інструменту управління складними процесами, засоби розкриття сутності подій, що відбуваються, та у прогнозуванні їхнього подальшого розвитку, формування уявлення щодо професійного аналітика як експерта, який володіє ексклюзивним знанням). Відбувається становлення професійного співтовариства аналітиків, посилення відкритості ІАД, її результатів.

По-третє, відбуваються суттєві структурні зміни аналітики, пов'язані з посиленням її професіоналізації та спеціалізації, поглибленням поділу праці. Стрімко йде всебічна технологізація аналітичної діяльності, насичення сучасним програмно-комп'ютерним забезпеченням, евристичними методами пізнання.

Інформаційно-аналітичні служби (підрозділи) почали створюватися в структурі органів влади, у міністерствах і відомствах, у сфері бізнесу, при політичних партіях і рухах. Загальною відмітною рисою даних служб є органічна інтегрованість у відповідні сфери діяльності, функціональний і організаційний симбіоз з їхніми соціальними інститутами і конкретними організаціями. В діяльності даних аналітичних служб, покликаних здійснювати інформаційний супровід керування у відповідних сферах, найбільше чітко проглядається інформаційно-допоміжна природа інформаційної аналітики, що ріднить останню з іншими видами інформаційно-інфраструктурних, інформаційно-допоміжних

служб, що традиційно упорядковують інформаційний простір, оптимізуючи і направляючи рух інформаційних потоків, що забезпечують збереження накопичених інформаційних ресурсів і т. п. До їх числа відносяться як найдавніші інформаційно-комунікаційні інститути людства (бібліотеки, архіви, бібліографічні служби), так і сучасні інформаційно-аналітичні служби, органи НТІ, інформаційні агентства тощо.

Разом з тим, інформаційна аналітика не є усього лише ще одним новим організаційним різновидом вищезгаданих служб, її сутнісна, базова функція принципово відрізняється від тих задач, що вирішують в інформаційному просторі ці служби. Їхні завдання: перетворення інформації (інформаційне згортання – бібліографування, анотування, реферування; консолідація великих інформаційних масивів у виді баз і банків даних), її структурне упорядкування (систематизація, предметизація і т. п.). Інформаційна аналітика, використовуючи всі можливості, надані даними службами, активно оперуючи їхніми інформаційними продуктами і послугами, виконує насамперед задачу якісно-змістовного перетворення інформації, функціонально перетинаючись в цьому плані з науковою (виробництво нового знання) і управлінською (розробка варіантів рішень, сценаріїв) діяльністю.

Таким чином, ІАД розуміється як важлива складова інформаційної діяльності, яку здійснюють фахівці з інформаційної сфери. Розмаїття тлумачень «інформаційно-аналітична робота» та «інформаційна аналітика» в різних галузях суспільної практики, перш за все: в журналістиці, політології, в економічній, фінансовій та інших сферах тощо, вимагає від авторів цього навчального посібника визначити чіткі межі цієї професійної діяльності. ІАД розглядається як соціально-організований різновид наукової праці, яка виконується з метою підвищення ефективності досліджень і розробок і полягає в здійсненні таких головних процесів, як: збір, аналітико-синтетична переробка, зберігання і пошук інформації, а також в наданні (або розповсюдженні) цієї інформації користувачам як відповіді на їхні інформаційні запити, у відповідний час і в зручній для них формі (в межах інформаційного забезпечення та інформаційного обслуговування, що здійснюють інформаційно-аналітичні служби або підрозділи організацій).

Даний навчальний посібник складений на основі освітньо-професійної програми підготовки фахівців зі спеціальності «Інформаційна, бібліотечна та архівна справа», якою передбачено вивчення навчальної дисципліни «Інформаційно-аналітична діяльність», яка є однією з ключових спеціальних дисциплін, що забезпечує необхідний рівень професійної підготовки здобувачів



вищої освіти спеціальності «Інформаційна, бібліотечна та архівна справа». Місце і значення курсу визначається сучасними вимогами до теоретичної і практичної підготовки кадрів, професійна діяльність яких пов'язана з інформаційним обслуговуванням, інформаційним сервісом на основі використання інформаційних ресурсів; фахівців, здатних узагальнювати, аналізувати і синтезувати інформацію в діяльності, пов'язаній із її пошуком, накопиченням, зберіганням та використанням Курс формує у студентів комплексне бачення закономірностей функціонування інформації у будь-яких сферах людської діяльності, розуміння ними механізмів задоволення інформаційних потреб користувачів в інформації у процесі здійснення інформаційно-аналітичної роботи.

*Основна мета навчального курсу* – опанування знань щодо теоретичних основ ІАД, організаційно-методичних засад реалізації ІАД в управлінській сфері та в галузі НТІ, типології інформаційно-аналітичних продуктів і послуг, методики їх створення і надання користувачам, підготовки інформаційно-аналітичних документів.

Мета орієнтована на формування у студентів таких *компетентностей*:

- здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу;
- здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях;
- знання та розуміння предметної області та професійної діяльності;
- здатність до пошуку, опрацювання та аналізу інформації з різних джерел;
- здатність здійснювати відбір, аналіз, оцінку, систематизацію, моніторинг, організацію, зберігання, розповсюдження та надання в користування інформації та знань у будь-яких форматах;
- здатність використовувати методи систематизації, пошуку, збереження, класифікації інформації для різних типів контенту та носіїв;
- здатність проєктувати та створювати документно-інформаційні ресурси, продукти та послуги.

*Результати навчання*, досягнення яких забезпечує навчальна дисципліна:

- знати теоретико-фундаментальні основи ІАД та її складових;
- мати уявлення про номенклатуру вторинних (інформаційних) документів;
- уміння використовувати методику підготовки різних видів і типів інформаційних і аналітичних документів;

– оволодіти знаннями щодо організації, форм, засобів, технології і компонентної структури ІАД в прикладному аспекті, зокрема, в сфері управління;

– уміти організовувати інформаційно-аналітичну роботу організації, підприємства, установи, а також інформаційне забезпечення керівників, фахівців;

– уміти класифікувати інформаційно-аналітичні продукти і послуги та визначати їх типологію;

– застосовувати методикку створення інформаційно-аналітичних продуктів;

– розробляти асортимент (номенклатуру) інформаційно-аналітичних продуктів і послуг;

– готувати окремі види інформаційно-аналітичних документів.

Фахівці з інформаційної, бібліотечної та архівної справи мають самостійно застосовувати окремі елементи знань і умінь з організації інформаційно-аналітичної діяльності, поєднувати їх залежно від конкретної ситуації або проблеми: в інформаційно-аналітичних службах управлінських структур та органів державної влади, в інформаційних центрах науково-освітньої сфери, інформаційно-рекламних та інформаційно-патентних структурах; в кадрових і архівних підрозділах різних організацій та установ; інших інформаційно-документаційних підрозділах.

## РОЗДІЛ 1

# ІНФОРМАЦІЙНО-АНАЛІТИЧНА ДІЯЛЬНІСТЬ: ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ

## ТЕМА 1. ІНФОРМАЦІЙНА СКЛАДОВА ІНФОРМАЦІЙНО-АНАЛІТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

### 1.1 Поняття «інформація». Концепції інформації

Інформація і знання стали базовою продуктивною силою і товаром при формуванні постіндустріальної економіки, заснованої на інтелекті людини. Виробництво і поширення інформації нині день є одним із головних напрямів розвитку економіки. Основним призначенням інформації є задоволення інформаційних потреб окремої людини, суспільства, держави. Саме людина є кінцевим споживачем будь-яких даних і відомостей і завдяки своєму мисленню здатна перетворити сукупність даних на те, що вважається інформацією.

Інформація (від латинського слова *informatio*, що перекладається як «роз'яснення, уявлення, поняття про що-небудь» ← *informare* – «надавати вигляд, форму, навчати; мислити, уявляти») – відомості, які передають усним, писемним та іншими шляхами за допомогою умовних сигналів і технічних засобів. Інформацію розглядають у контексті її змісту, структури, організації, динаміки (процесів створення, передавання, сприйняття, використання, зберігання тощо).

Так само, як вартість продукту збільшується в результаті обробки, так із даних, проробивши деяку роботу (сортування, відбір, обробку, аналіз тощо) отримують інформацію, а сукупність організованої інформації перетворюється на знання.

З розвитком суспільства організація використання інформаційних ресурсів, в яких узагальнюються та концентруються всі наявні відомості (дані, факти, знання) про різні питання економіки, науки, техніки, технології, культури, мистецтва, медицини, дедалі ширше впливає на інтелектуальне й економічне життя.

Підвищення ролі і значення інформації в суспільному житті викликало необхідність виділення інформаційної діяльності в самостійну галузь. Якщо робоча сила, засоби виробництва і предмети праці – основні елементи в умовах виробництва, то інформація – це важливий ресурс економіки, товар, який є результатом всієї людської діяльності, елемент і основа процесу управління та прийняття рішень.

Наприкінці ХХ ст. змінюється розуміння феномену інформації та її соціально-політичне значення. Це пов'язано з процесом формування інформаційного суспільства, передумовою становлення та розвитку якого стала інформаційна революція. В умовах сучасного глобального суспільства інформація стає стратегічним соціально-політичним продуктом.

Здатність суспільства та його інститутів збирати, накопичувати та використовувати інформацію, забезпечувати свободу інформаційного обміну є важливою передумовою соціального та технологічного прогресу, чинником національної безпеки, підґрунтям успішної внутрішньої та зовнішньої політики.

Розвиток сучасного суспільства підпорядковано закономірному розширенню інформаційного простору за рахунок інтелектуальної праці. Інформаційний простір, що зараз інтенсивно формується, є основою соціально-економічного, політичного, культурного розвитку кожної окремої держави і чинником її безпеки. Для розкриття складових формування інформаційного простору оперують поняттями «*інформаційне середовище*» та «*інформаційна сфера*».

*Інформаційне середовище* – це сукупність інформаційних умов існування суб'єкта (наявність інформаційних ресурсів та їх якість, розвиненість інформаційної інфраструктури

За характером циркуляції інформації інформаційне середовище поділяється на:

– ізольоване – це середовище, в якому вся інформація, що використовується суб'єктом, знаходиться на певній території.

– транзитне – середовище, в якому існує періодичний доступ до інформації ззовні за рахунок її транзиту (від лат. «transitus» – перехід, проходження) і поширення;

– глобальне – це середовище в якому відбувається вільна циркуляція інформації між різними територіальними громадами.

Зміст поняття «*інформаційна сфера*» трактується як сфера економіки, що займається виробництвом, обробкою, зберіганням і розповсюдженням інформації та знань.

Інформація є одним із найбільш загальних понять науки, що означає деякі відомості, сукупність певних даних та/або знань. У простому трактуванні інформація – це відомості, що передаються усним, письмовим або іншим способом, зокрема за допомогою умовних сигналів, технічних засобів і т. п.

Проблеми інформації досліджуються у різних наукових галузях, основою чого є інформатика як наука про способи одержання, накопичення, зберігання,

перетворення і передачі інформації, а також її використання в обчислювальних машинах та обчислювальних мережах. Утім, на сьогодні не існує єдиного нормативного визначення поняття «інформація», яке б цілком відповідало соціотехнологічним вимогам часу.

В змістовому значенні інформація – це знання. Але не всі знання і не при будь-яких умовах стають інформацією. Інформацією можуть стати лише нові знання, що мають елемент несподіваності, при чому ті з них, котрі можуть бути корисними в контексті поставленої цілі. Образно кажучи, інформація – це знання, перероблені так, щоб зробити можливим їхнє перетворення в «силу».

Інформація як речовина і енергія є основою навколишнього людини світу (універсуму). Будь-яка система, організована певним чином, містить інформацію. Чим більш складною є організація системи, тим більше інформації акумулюється в цій системі. Звичайно розглядаються фізичні моделі речовини і енергії, створеної людиною і людиною переданої інформації. Однак інформація, як така, існувала задовго до появи людини. Наприклад, на думку вчених, інформація, закодована в ДНК, з'явилася близько мільярда років тому.

На території України вже у XVII ст. слово «інформація» почали вживати у книгах, що видавалися латинською та польською мовами.

Суспільне використання інформації обмежується певними правилами та законами, за якими відбуваються інформаційні процеси.

По-перше, інформаційні процеси підпорядковані законам природи (наприклад, процес розповсюдження інформації, залежно від способу, може залежати від швидкості звуку або світла, характеристик інформаційно-комунікаційних технологій або фізичних можливостей людини).

По-друге, порядок здійснення інформаційних процесів визначається соціальними нормами – нормами моралі та права. Такими інформаційними процесами є збирання, виробництво, зберігання, використання та розповсюдження інформації.

Урегульованість інформаційних процесів соціальними нормами дає підстави говорити про таке явище, як суспільний обіг інформації, що охоплює інформацію, подану у формі, придатній для суспільного використання і щодо якої виникають суспільні відносини.

Одночасно в межах суспільного обігу інформації існує правовий обіг інформації, який охоплює лише ту інформацію, суспільні відносини щодо якої врегульовані правовими нормами.

Поняття інформації розглядалося ще античними філософами – старогрецькі мислителі багато розмірковували про форму і про знання, але не про спосіб

існування знання та про його передачу. Аналогічно, емпірики Нового часу вважали, що ми отримуємо відомості про світ через відчуття, але ще не намагалися знайти кількісну характеристику для цих відомостей. Італійським словом «informa» у Божественній комедії Данте позначається не просто щось безформне, а процес формування, освіти, творіння.

До початку промислової революції визначення суті інформації залишалось переважно прерогативою філософів.

Цим терміном послуговується багато наукових дисциплін, хоча кожна з них вкладає в нього свій зміст (масова, технічна, економічна, медична, статистична та ін.). Від середини ХХ ст. поняття «інформація» стало одним із основних серед загальнонаукових категорій, що пов'язано з розвитком інформатики, кібернетики, теорії інформації, інформаційних ресурсів та ін., а також із розповсюдженням комп'ютерної техніки. Історично склалося так, що дослідженням безпосередньо інформації займаються дві комплексні галузі науки – кібернетика та інформатика. Інформатика, що сформувалася як наука в середині ХХ ст., відокремила від кібернетики та займається дослідженнями в галузі способів та засобів отримання, зберігання, передачі та обробки інформації.

Дослідження змістового наповнення інформації ґрунтуються на комплексі наукових теорій під загальною назвою *семіотика*, зокрема її розділ – *семантика*, зосереджена на розумінні отриманої інформації, на змісті сигналу чи повідомлення. Сьогодні вона, крім вищезгаданих наук, розглядається в дуже багатьох галузях знань: у фізиці, математиці, в теорії управління, юриспруденції.

У теорії інформації визначаються атрибути інформації (див. рис. 1.1):

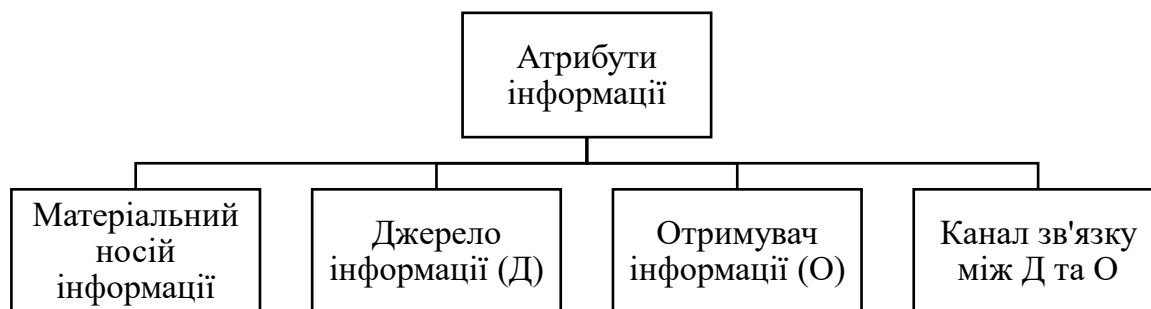


Рисунок 1.1 – Атрибути інформації

Незважаючи на поширеність і активне вживання, поняття інформації залишається одним із найбільш дискусійних у науці. Мабуть, вироблення єдиного поняття, яке задовольнило б усі претензії вчених є поки справою майбутнього. Відома достатньо велика кількість різних точок зору у різних науках щодо сутності цього поняття, наприклад:

– інформація – всезагальна, універсальна властивість матерії, що виражає характер і ступінь її впорядкованості (тобто, інформацію автор розглядає як природну категорію;

– інформація – кількість непередбачуваного (нового) у повідомленні, що має сенс і поширюється від одного суб'єкта інформаційних відношень до іншого, причому повний ефект передачі інформації залежить від засобів та можливостей її тлумачення і прочитання автором, ретранслятором і адресатом;

– інформація в найбільш загальному її розумінні являє собою міру неоднорідності розподілу матерії та енергії у просторі та часі, міру змін, якими супроводжуються всі процеси, що відбуваються у світі. Тобто інформація дає уявлення про природу та структуру матерії, її впорядкованість і різноманіття, тому вона не може існувати поза матерією, й отже, вона існувала й існуватиме вічно, її можна накопичувати, зберігати й обробляти;

– інформація – вираження у будь-якій формі змісту подій, дій та явищ, що існували, існують і будуть існувати у суспільстві, державі та навколишньому середовищі;

– інформація – це відомості щодо людей, предметів, фактів, подій, явищ і процесів, незалежно від форми їх подання, передані усним, письмовим або іншим способом, у т. ч. за допомогою умовних сигналів, технічних засобів;

– інформація – це відомості, що були організовані в такій формі, документовані, передані або оголошені таким чином, що можуть бути сприйнятими іншою особою;

– інформація – це знання, яке стосується певних об'єктів, наприклад, фактів, подій, речей, процесів чи ідей, включаючи концепції, яке в межах певного контексту має конкретний зміст;

– інформація – це будь-який вид знань, якими можуть обмінюватися користувачі про речі, факти, поняття і так далі, у всесвіті дискурсу;

– інформація – це універсальна субстанція, яка стосується сфер людської діяльності, і слугує провідником знань та думок, інструментом спілкування, взаєморозуміння й співробітництва, утвердження стереотипів мислення і поведінки.

У спеціальних дослідженнях зазвичай виділяють такі типи інформації, як структурна, біологічна і соціальна, кожен з яких є приналежністю відповідних фаз руху матерії – неорганічної, органічної та соціальної матерії. На думку вчених, об'єктивно існуюча в неживій природі структурна інформація, яка

накопичується в міру еволюції матеріальних систем, підвищує організованість об'єктів неорганічного світу.

Всі зазначені підходи до визначення інформації є різними гранями єдиного складного і багатопланового природного явища, яким є інформаційна реальність. З урахуванням сказаного, інформацію можна вважати природною реальністю, що несе в собі характерні ознаки предметів та явищ природи, які проявляються у просторі та часі. Існують також й інші, переважно несумісні між собою визначення судження «інформація».

Коротко розглянемо розвиток та основний спектр сучасних поглядів щодо феномена інформації.

До ХХ ст. не було необхідності в дослідженні інформації як окремої сутності. Першими, хто побачив таку потребу, були фахівці в галузі радіо і телефонії. Так, британський учений Гартлі, займаючись дослідженням ефективності передачі, визначив трактування інформації як незалежної, абстрактної величини, і отримав рівняння для її вимірювання. Інша точка зору вчених з питання: хто першим почав досліджувати інформацію? свідчить про таке. Перше пояснення цього поняття дали журналісти й філологи в 20-30-і рр. ХХ ст., вони трактували інформацію як новини, повідомлення, своєрідний газетний жанр, за допомогою якого людина отримує різного роду відомості.

Обидві точки зору мають право на існування, оскільки відображають два різних походи до розуміння *суті інформації: кількісний і якісний (змістовний)*.

У 20-х – на початку 30-х років ХХ ст. інформацією, як характеристикою публікацій у пресі, зацікавилися теоретики радянської журналістики. Уперше було поставлено питання про значення соціальної інформації та її сутність, оформлені погляди на джерела інформації, а також зроблені перші спроби її класифікації. Відповідно до панівної у ті часи комуністичної ідеології був сформульований перелік основних властивостей інформації, до яких відносили партійність, ступінь агітаційного впливу, переконливість, важливість повноти тощо. Розгорнулася дискусія щодо цінності інформації, яка, з одного боку, пов'язувалася з новизною та оригінальністю фактів (сенсаційність), а прихильниками інших поглядів – з агітацією та ідеологічним впливом. Перемогли, безумовно, прихильники останнього напрямку.

У цей же час розпочато вивчення кількісних методів вимірювання інформації. У них інформацію розглядають як *сигнал*, що циркулює у технічних каналах зв'язку, а для визначення її кількості розробляють математичний апарат, який базується на ймовірнісно-статистичній теорії. Згодом було сформульовано одиницю виміру інформації – біт, що відповідає мінімальному обсягу



інформації, який можна отримати у відповідях на запитання «так» чи «ні». Ця відповідь може бути передана за допомогою технічних каналів зв'язку у вигляді сигналу у двійковій системі «0» чи «1». Таким чином, кількість бітів інформації, яка міститься у будь-якому реченні-повідомленні визначається кількістю знаків у словах та кількістю двійкових сигналів, потрібних для передачі кожного знаку. Кількісний підхід визначення інформації відіграв значну роль у розвитку систем зв'язку, кібернетики, комп'ютерної техніки.

Але природа й сутність інформації за допомогою застосування лише кількісних методів не дала відповіді на запитання про її природу та сутність. Це спонукало дослідників створити якісні теорії інформації, розробка яких почалась у 60-ті роки ХХ ст. Було розвинуто *семантичну теорію інформації*, сутність якої полягала у формуванні семантичних оцінок, що характеризують смисл та змістовність повідомлень. Розробляли так звану «прагматичну теорію інформації», що пов'язана з поняттям цінності та корисності інформації. Так, академік О. Харкевич запропонував визначати міру цінності інформації через ступінь ймовірності досягнення мети при отриманні інформаційного повідомлення. У межах семантичного підходу Ю. Шрейдер висловив міркування щодо зв'язку інформації із сукупністю індивідуальних знань (тезаурусом) споживача інформації. Тобто, у тексті тоді міститься семантична інформація, якщо під його впливом тезаурус споживача збільшився. Вимір цього збільшення і буде становити кількість семантичної інформації. Однак для різних тезаурусів одна й та ж інформація має різне значення, а їх зміни можуть бути неоднаковими.

Зрештою, у 60-х роках ХХ ст. термін «інформація» від спеціального технічного став набувати статусу *загальнонаукового поняття*. Це сталося завдяки усвідомленню якісної різноманітності інформації, її функціонального значення для управління як в автоматизованих системах, так і в соціумі та живій природі у цілому. Тому інформацію стали аналізувати з філософської точки зору, що спричинило появу *трьох основних концепцій інформації*.

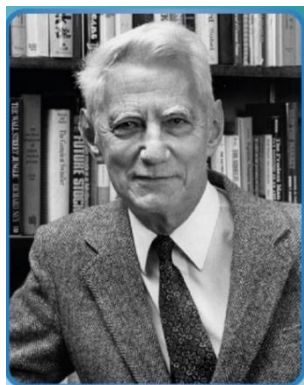
Перша – *атрибутивна* концепція інформації – трактує інформацію як атрибут усієї матерії, як невід'ємну внутрішню властивість всіх матеріальних об'єктів. Виходячи з цього, інформацію розглядають як філософську категорію на рівні з речовиною та енергією. В основу концепції покладено теорію відображення. Відображення як загальна властивість зумовлене тим, що предмети і явища перебувають в універсальному взаємозв'язку й взаємодії. Впливаючи один на одного, вони викликають при цьому ті чи інші зміни, а форми відображення залежать від рівня їх структурної організації. Зміст відображення виражається у тому, які зміни сталися у предметі відображення і

які сторони впливу (характеристики об'єкта) вони відтворюють. У процесі відображення неминуче відбувається передача інформації.

Друга – *функціонально-кібернетична* концепція – пов'язує існування інформації з системами, що саморегулюються та саморозвиваються; в яких у результаті управління виконуються певні функції. Учені, які дотримуються цієї теорії, заперечують існування інформації у неживій природі і вважають, що інформаційні процеси мають місце в біологічних та кібернетичних системах. Інформацію розглядають як міру упорядкованості, що завжди пов'язана з обмеженням різноманітності та розуміється як управління.

Третя – *семіотична (знакова)* концепція – розглядає інформацію у нерозривній єдності зі знаком-сигналом, поза зв'язком із яким вона існувати не може. Знак має смислову (семантичну) характеристику, будучи матеріальним вираженням природної чи штучної мови або символіки мистецтва. Сутність інформації, відповідно до цієї концепції, пов'язана з мовою, свідомістю, розумовою діяльністю людини, тобто із сигналами, за допомогою яких спілкуються люди. Тому і назва цієї інформації (крім семантичної) – соціальна.

Наукове тлумачення терміна «інформація» пов'язана з виникненням двох наукових дисциплін: математичної (або статистичної) теорії інформації; кібернетики.



Клод Шеннон  
(1916–2001)

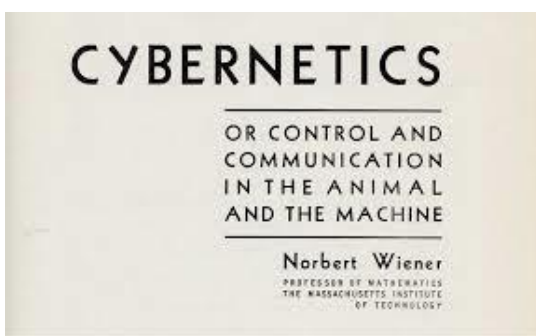
У *теорії інформації* американського інженера і математика *Клода Шеннона* (1948 р.), яка розроблялася стосовно до випадкових процесів і явищ, для яких характерна невизначеність результату, під *інформацією* розумілися не будь-які відомості, а лише ті, які повністю знімають або зменшують існуючу до їх отримання невизначеність. Коротко можна сформулювати, що за теорією Шеннона, «інформація – це знята невизначеність». Пояснення цієї тези буде наступне. Невизначеність існує тоді, коли може відбутися одне з декількох подій, тобто система може перейти в один з декількох станів. При цьому кількість інформації, що отримується в результаті зняття невизначеності, обчислюється за формулою, розробленою і що носить ім'я Клода Шеннона. Відповідно до цієї формули, за *одиницю виміру інформації* прийнята величина, названа *бітом* (скорочено від англійської мови: binary digit).

Теорія Шеннона дала можливість *кількісного визначення інформації в повідомленні*. Однак вона повністю ігнорувала зміст (сене) переданої інформації, залишала осторонь зміст повідомлення.

Теорія інформації К. Шеннона стала затребуваною із зростанням інформатизації суспільства для характеристики обсягів інформаційних потоків і згодом дала змогу розвинути нові концепції впорядкування інформаційних процесів.

Отже, засновник теорії інформації вважається К. Шеннон у своїй «Праці з теорії інформації та кібернетики» на початку 60-х років ХХ ст. виклав кількісно-математичні принципи інформації.

Вченими було зроблено кілька спроб знайти міру змістовності інформації для її отримувача. Один з визнаних у наукових колах наукових підходів віднесено до кібернетико-семантичної концепції, яка зв'язала воедино інформацію і відображення з поняттям управління.



Основоположником цієї концепції вважається американський вчений, основоположник кібернетики – *Норберт Вінер*, який запропонував «інформаційне бачення» кібернетики як «науки про управління і зв'язку в живих організмах, суспільстві і машинах».

Вінер розглядав інформацію як специфічну субстанцію, стверджуючи, що «інформація – це і не матерія, і не енергія». Його ідеї стали основою наукової концепції, яка розглядає інформацію як основу всього існуючого, першопричину всіх явищ і процесів.

В останні десятиліття ХХ ст. намітилася ідея синтезу знань про зв'язок та управління з «інформаційною теорією управління». Згідно з кібернетичною теорією інформації, інформація – це не просто результат відображення. Вона є позначенням змісту, отриманого з зовнішнього світу. *Інформацію становить та частина знання, яка використовується для орієнтування, активної дії, управління, тобто з метою збереження якісної специфіки, вдосконалення і розвитку системи.* Іншими словами, інформація – це є діюча, «працююча» частина відображення знання. Проте і така концепція не безперечна. Вона заперечує, зокрема, існування інформації в неживій природі.

Отже, дослідженням безпосередньо інформації займаються дві комплексні галузі науки – кібернетика та інформатика. Інформатика як наукова дисципліна, що вивчає структуру і загальні властивості об'єктивної (наукової) інформації, закономірності і технології її функціонування в суспільстві, стала розвиватися з початку ХХ ст. Згідно з науковими поглядами Р. Гіляревського, ця дисципліна

виникла у відповідь на потребу, що збільшилася, в ефективних методах збору, обробки, зберігання, пошуку і розповсюдження наукової інформації.

Вважається, що інформатика зародилася в ті часи, коли з'явилася необхідність раціоналізувати діяльність професійних (спеціальних) бібліотек в умовах інформаційного вибуху, що починався. Величезні досягнення в науці і техніці супроводжувалися швидким зростанням кількості науково-технічної літератури і розширенням круга її читачів.



Першим кроком в організаційному оформленні інформатики було створення в 1895 р. Міжнародного інституту бібліографії, що став пізніше головною професійною організацією фахівців з інформатики під назвою Міжнародна федерація з інформації та документації.

Бельгійський вчений *Поль Отле*, визнаний науковою спільнотою фундатором інформаційної науки, «забутим батьком інформаційної архітектури» окреслив її контури. Згідно з Отле, об'єкт нової науки включає наступні процеси інформації (див. рис. 1.2).

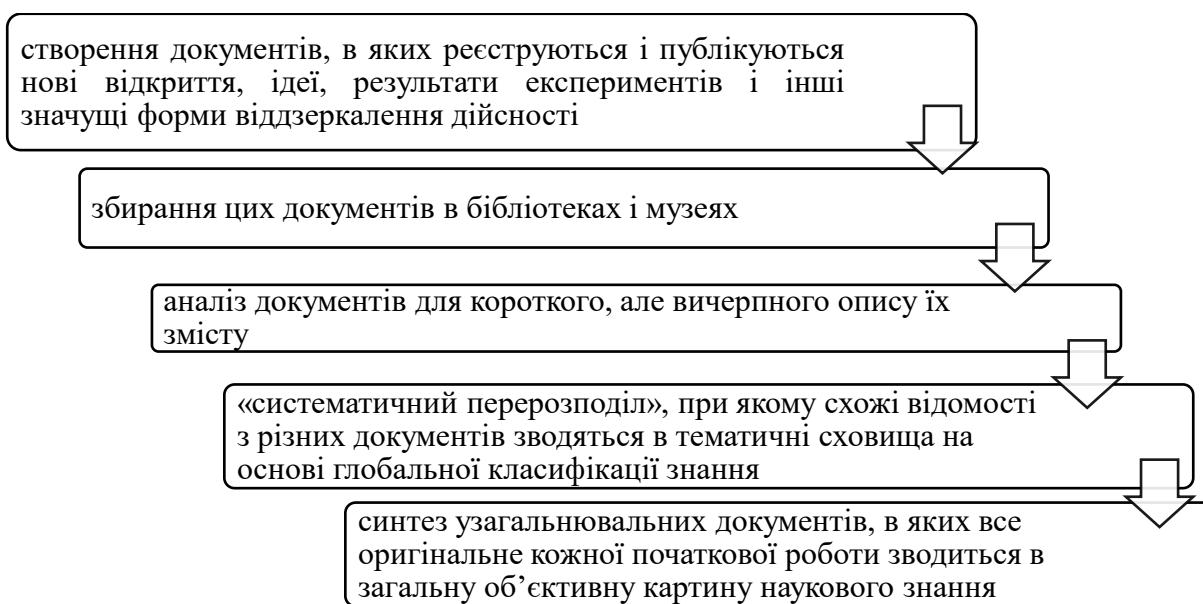


Рисунок 1.2 – Основні інформаційні процеси, виділені Полем Отле у межах об'єкта інформаційної науки

Спочатку для позначення нової наукової дисципліни був використаний термін «документація (documentation)». Цей термін спирається на широке розуміння документа як якогось матеріального об'єкта, що містить закріплену на ньому інформацію і використовуваного в суспільній практиці для її зберігання і

передачі у просторі та часі. Проте це слово не було зручним для найменування наукової дисципліни тим, що воно багатозначне (позначає і науку, і збирання документів, і процеси роботи з документами) і акцентує увагу на матеріальному носієві інформації (тоді як все більшого значення набувають «недокументальні» інформаційні процеси).

У науковій термінології пропонувалося альтернативне найменування – «документалістика». У англійській літературі з кінця 1940-х рр. в тому ж значенні стали вживати поняття «наукова інформація (scientific information)», у 1958 р. була проведена міжнародна конференція з «наукової інформації».

Основні положення і принципи наукової дисципліни «наукова інформатика» вперше були систематично викладені в монографії А. Михайлова, А. Чорного і Р. Гіляревського, озаглавленої «Основи наукової інформації». Слово «інформатика» стало вживатися в назвах багатьох зарубіжних виданнях замість слова «документація».

Зарубіжні наукові підходи до вивчення інформатики як науки, свідчать про те, що в середині 1960-х рр. був запропонований термін «інформатика» (англ. informatics, information science; франц. science de l'information; німецьк. Informatik, Informationswissenschaft), що швидко отримав визнання і розповсюдження. Приблизно в цей же час і впровадження комп'ютерів, що трохи пізніше розширюється, і впровадження їх у всі сфери інтелектуальної діяльності привело до створення нової дисципліни, яка в США отримала назву «Computer science» (наука про обчислювальні машини).

Таким чином, об'єктом наукової інформатики є наукова інформація (логічна структура знання) і закономірності науково-інформаційної діяльності (її теорія, історія, методика, організація), яка полягає в зборі, обробці, зберіганні, пошуку і розповсюдженні науково-технічної інформації (НТІ).

Сама інформація є головним ресурсом розвитку як у мікро-, так і в макросвіті, головним ресурсом розвитку людства. Викладені вище трактування терміна «інформація» є насамперед елементами певних концептуальних підходів до універсального визначення інформації як певної субстанції та невід'ємного елемента будови світу. Таким чином, визначення інформації як передачі відомостей актуальне до середини ХХ століття і ототожнювалось із поняттями: «відомості», «знання», «відбиття», «відображення», «уявлення»; пошук наукових шкіл кібернетики, філософії, права, наукової інформатики, документаційної науки, інформаціології тощо відобразився в таких фундаментальних течіях: теорія інформації, а також атрибутивна, комунікативна, функціональна концепції інформації. Визначення інформації

мають свій унікальний смисл і є правильними в кожному окремому випадку. Наукові розвідки інформації в різних її проявах безперечно актуальні під час розвитку інформаційного суспільства.

Галузеві науки розглядають певні характеристики інформації, що є важливими саме для конкретної галузі знань. Так прихильники теорії інформаційної революції – американці Р. Кохане та Дж. Най поділяють інформацію, що обертається в сучасному світі на вільну інформацію, комерційну і стратегічну.

*Вільною* вони вважають *інформацію*, що розповсюджується безкоштовно, без будь-якої матеріальної компенсації: телебачення, радіомовлення, політична реклама, різні інформаційні акції, Інтернет тощо. Стрімке, практично в геометричній прогресії, зростання потоків вільної інформації, яке має характер інформаційного вибуху, вважається одним із результатів інформаційної революції.

*Комерційна інформація*, тобто така, що виробляється з метою отримання прибутку у вигляді компенсації за її використання, набуває нині дедалі більшого поширення. Взагалі однією з ознак формування інформаційного суспільства є те, що інформація сама стала товаром, який має стратегічне значення для держави й суспільства.

Найбільш традиційним і звичним є третій тип інформації – *стратегічна*. Вона безпосередньо пов'язана з діяльністю держави і має такі самі давні коріння й історію, що й історія держави як правового та суспільно-політичного явища. Головною характеристикою стратегічної інформації виступає специфічний правовий режим її збирання, вироблення, зберігання та використання, а саме – режим таємності, який забезпечується силою державного примусу. У рамках економічних відносин інформація розглядається саме з огляду на її комерційну цінність, як продукт, що має певний ціновий еквівалент або який можна обмінювати на інші товари й послуги. Як зазначають економісти, інформація є собою неречовим продуктом інтелектуальної діяльності людини і суспільства.

Інформацію, що передається в людському суспільстві (соціумі), і активно бере участь у формуванні суспільної свідомості, називають *соціальною інформацією*. Вона визначається як відображена різноманітність або концептуально пов'язані відомості, дані, поняття, відображені в нашій свідомості і змінюють наші уявлення про реальний світ. Згідно з таким визначенням, будь-який вид інформації, що функціонує в суспільстві, відноситься до соціальної інформації: масова, естетична, економічна, наукова та інші.

*Соціальна інформація* – це сукупність знань, відомостей, даних і повідомлень, що формуються й відтворюються у суспільстві та використовують індивіди, групи, організації, різні соціальні інститути з метою соціальної взаємодії, суспільних відносин і процесів. Саме ця інформація є об'єктом дослідження наук соціально-комунікативного циклу.

Концепція соціальної інформації охоплює погляди на інформацію, яка виникає та циркулює у суспільстві й відображає соціальні процеси, умови, відносини, культурні цінності, традиції та інші елементи суспільного життя. Ця концепція вивчає, як інформація створюється, збирається, обробляється, поширюється та використовується для впливу на різні аспекти життя соціальних груп, спільнот і суспільства в цілому.

*Концепція соціальної інформації* характеризує її не як особливий вид інформації, а як єдиний об'єкт теорії соціальної інформації, яка вивчає інформаційні процеси в суспільстві. За цією концепцією інформація може бути тільки соціальною, отже, терміни «інформація» і «соціальна інформація» використовуються в цьому випадку як синоніми.

*Соціальна інформація* – це інформація, яка передається в суспільстві у процесі спілкування людей, тобто в соціальній інформаційній комунікації. Соціальна інформація подається у формі знаків, зрозумілих членам суспільства і спроможних змінювати їх знання.

*Соціальна інформація* – це сукупність знань, відомостей, даних і повідомлень, що формуються й відтворюються у суспільстві та використовують індивіди, групи, організації, різні соціальні інститути з метою соціальної взаємодії, суспільних відносин і процесів. Саме ця інформація є об'єктом дослідження наук соціально-комунікативного циклу.

Узагальнено *соціальну інформацію можна визначити як відомості, призначені для передачі в суспільстві*. Саме така інформація, що міститься в документі, є об'єктом вивчення документознавства, інформатики, книго-, бібліотекознавства, архівознавства, теорії масових комунікацій і ін. наук.

У загальному вигляді *соціальну інформацію* визначають як сукупність знань, відомостей, даних та повідомлень, які формуються й відтворюються в суспільстві, а також використовуються індивідами, групами, організаціями, різними соціальними інститутами з метою регулювання соціальної взаємодії, суспільних відносин і процесів.

Соціальна інформація виконує декілька важливих *функцій*:

– пізнавальна – допомагає глибше зрозуміти суспільні процеси, структуру суспільства, поведінку людей;

– комунікативна – сприяє обміну знаннями та досвідом між соціальними групами;

– регулятивна – впливає на формування норм, правил, стандартів поведінки, впливає на управління соціальними процесами;

– прогностична – використовується для прогнозування соціальних процесів, аналізу соціальних тенденцій, планування розвитку суспільства.

У процесі управління соціальна інформація використовується для розробки політик, прийняття управлінських рішень і оцінки ефективності соціальних програм. Наприклад, дані про соціально-економічне становище населення дозволяють владі розробляти програми соціальної допомоги, вдосконалювати систему охорони здоров'я, освіти та соціального забезпечення. Управління суспільством невіддільне від процесу виробництва і відтворення соціальної інформації, де виділяють такі основні процеси: накопичення і збереження інформації, створеної попередніми поколіннями; збирання і відбір інформації, потрібної для управління, її оцінка; переробка інформації; зберігання, пошук та ін.

До даного переліку основних процесів, очевидно, необхідно додати також процес спеціального, цілеспрямованого творення нової інформації, особливо характерний для нинішнього етапу розвитку цивілізації. Цей етап характеризується розвитком процесів інформатизації, включення у виробництво нової інформації все більш широкого числа членів суспільства, необхідністю поповнення кожної із інформаційних баз спеціальним, потрібним для її існування, розвитку самоідентифікації інформаційним продуктом.

Соціальна інформація – явище складне, що поділяється на види за різними принципами розподілу.

Наступний вид інформації, виокремлений на теоретичному рівні – це наукова інформація. Відповідно до визначення, даного вченими А. Михайловим, А. Чорним і Р. Гіляревським, *наукова інформація* – це логічна інформація, що одержується в процесі пізнання, яка адекватно відображає явища і закони природи, суспільства і мислення, і використовується в суспільно-історичній практиці. Визначення «науковий» у терміні «наукова інформація» не означає, що вона обов'язково отримана або використовується тільки у сфері науки, а вказує на те, що вона відповідає загальноприйнятим в даний час критеріям науковості. Більш повне визначення наукової інформації може бути дано в такий спосіб: наукова інформація – це логічна інформація, що одержується методами дослідно-раціонального пізнання об'єктивного світу в будь-якій сфері діяльності



людей, що не суперечить системі наукових уявлень і використовувана в суспільно-історичній практиці.

У людському соціумі феномен інформації присутній у вербальній і невербальній формах, теоріях і законах, категоріях і поняттях, які стали результатами накопичення знання у процесі багатогранної людської діяльності.

Протягом усієї історії людства інформація розглядалася як важливий військовий, політичний, економічний, соціальний чинник, що значною мірою зумовлював розвиток держави, суспільства та особистості. Володіти певною інформацією означало володіти певною цінністю суспільного характеру. Здатність індивідумів збирати, накопичувати, трансформувати й передавати інформацію стала одним із головних чинників формування людини як соціальної істоти, що дав змогу передавати досвід і знання з покоління в покоління, ставши основою суспільного прогресу. Соціальна взаємодія окремих індивідумів, соціальних груп та суспільства загалом ґрунтується передусім на процесі обміну інформацією. Так само й соціальне управління в будь-якому масштабі пов'язане процесами збирання, оброблення та передавання інформації.

Та незважаючи на таке значення інформації для держави й суспільства, її проблеми, сутність, процеси збирання, оброблення, зберігання, передавання та розповсюдження вчені почали безпосередньо вивчати лише у ХХ ст. Інформація стала предметом окремої галузі науки – *кібернетики* (від грец. «*kybernetike*» – мистецтво управління), яка є наукою про загальні ознаки процесів і систем управління в технічних пристроях, живих організмах та людських організаціях. Проте, зазначимо, що певні аспекти суспільних відносин, пов'язаних інформацією, стали предметом правового регулювання набагато раніше, ніж почали розглядатися з наукового погляду. Є, наприклад, свідчення про наявність правової регламентації такого важливого інституту інформаційного права, як державна таємниця, ще в часи Давнього Єгипту, країни Шумерів та Ассирії (IV–III тисячоліття до н. е.).

Таким чином, нині є багато визначень інформації. Це можна пояснити неоднозначністю самого поняття «інформація», а також з тим, що представники різних галузей науки та практичної діяльності по-різному сприймають це поняття інформації, що зумовлено специфічністю галузевих принципів і методів вивчення та використання інформації. У загальному розумінні інформація – це певні відомості, сукупність певних даних, знань.

Інформації притаманний ряд відмінних рис, головні з яких виражаються у взаємозв'язку з носіями (матеріальними або ідеальними); єдності, системності (полягає в тому, що наявна в будь-якому повідомленні інформація не

представляє собою арифметичну суму, що складається з елементів цього повідомлення й існує можливість розташувати її в будь-якому порядку); демонстраційному характері (тобто здатність інформації виходити за рамки зовнішнього світу) тощо.

Поняття «інформація» необхідно розглядати в нерозривному зв'язку з двома іншими поняттями – даними і знаннями:

– інформація – результат сприйняття та інтерпретації даних, виражений в осмисленій сукупності слів;

– знання – відображення навколишнього світу у свідомості внаслідок інтерпретації та обробки інформації;

– дані – форма подання інформації, різноманітні форми подання інформації мають різні кількісні, включаючи комбінаторні (ті, що ґрунтуються на комбінуванні) властивості.

У змістовному значенні інформація – це знання. Але не всі знання і не при будь-яких умовах стають інформацією. Інформацією можуть стати лише нові знання, що мають елемент несподіваності, ті з них, котрі можуть бути корисними в контексті поставленої цілі. Образно кажучи, інформація – це знання, перероблені так, щоб зробити можливим їхнє перетворення в «силу».

За європейськими стандартами, *знання* – це комбінація даних та інформації, до яких додається точка зору, навички та досвід експерта, що дає вагомий результат, який може бути використано для прийняття рішень. Знання може бути вичерпним та/або вузьким, індивідуальним та/або колективним.

*Дані* – це результат простого збору визначених фактів; інформацією вони стають лише при зв'язуванні у щось корисне, комбінацію «хто, що, де і як». У свою чергу знання – це розуміння, як і чому щось відбувається.

На думку зарубіжних вчених, «інформація – це дані, зібрані і систематизовані в придатну для використання форму». Згідно зі схематичним трактуванням американського вченого Ральфа Гартлі, «інформація, народжуючись із «сирих» даних, досягаючи «зрілості», переходить у знання.

Дані (або відомості) [data] – це інформація, що одержується у процесі чуттєвого пізнання і ще не піддана переробці і узагальненню абстрактно-логічним мисленням людини. Дані, отримані в процесі чуттєвого пізнання, ніяк не можна вважати науковою інформацією. Вони слугують лише сировиною для її створення.

*Дані* можна визначити як сукупність окремих фактів про об'єкти, явища і процеси, несистематизованих і неструктурованих. Дані перетворюються в інформацію завдяки *контекстуалізації* (співвіднесення мовного вираження з

конкретною ситуацією), класифікації, а також їх цільового використання та структурування.

Дані – це вихідне поняття, що являє собою певні відомості, отримані шляхом вимірювання, спостереження, логічних чи арифметичних операцій. Вони є неструктурованими, не мають контексту і можуть не мати значення для їх користувача. З цього погляду, інформацією слід вважати дані, що були організовані (тобто структуровані) і таким чином наділені власним значенням. Тобто, це упорядковані, оброблені дані, виражені у формі певного повідомлення (рисунок, тексти, звукові чи світлові сигнали, електричні та різного роду нервові імпульси тощо).

Знання створює підстави для прогностичної діяльності й тривалого (стратегічного) планування. На відміну від інформації, воно надає можливість робити прогнози, виявляти причинно-наслідкові зв'язки та ухвалювати рішення стосовно подальших дій. Знання також служить підставою для конкретної соціальної дії, будучи при цьому універсальним.

Для того, щоб знання стали інформацією та вважалися суспільним надбанням, вони мають відійти від первинної (символьної) форми та/або бути зафіксованими на матеріальному носії. Процес надання матеріальної форми знанню, робить його більш оперативним і полегшує його обробку. Форма перетворення інформації веде до виробництва знання, а й саме знання перетвориться в інформацію, з тим щоб потім піддатися обробці і призвести нове знання.

Сприйняття інформації в соціальному аспекті має винятково суб'єктивний характер. Ті чи інші дані будуть становити певну інформацію для суб'єкта лише тоді, коли він здатен їх досягнути, сприйняти, інтерпретувати. Причому зміст цих даних залежатиме від особливостей і контексту сприйняття їх конкретним суб'єктом і може бути неоднаковим для різних суб'єктів. Певна інформація матиме цінність для окремого члена суспільства лише в тому разі, якщо він здатен зрозуміти її значення і використати.

## **1.2 Структура, показники і властивості соціальної інформації**

Соціальна інформація має змістову і формальну структуру. З погляду *змістової структури* соціальна інформація дорівнює поняттю «знання», яке було розглянуто вище. Знання поділяють на концепції, методи і факти.

*Концепції* (лат. «conceptio» – розуміння) – це системи поглядів на ті чи інші явища, теоретичні конструкції, ідеї. Концепції виробляються в процесі абстрактно-логічного мислення для пояснення фактів, що спостерігаються;

визначення взаємозв'язків між фактами, їх ознаками та ситуаціями; вироблення директив, що управляють діяльністю людей або визначення законів діяльності природи, суспільства та мислення.

*Методи* (прийом або система прийомів, що застосовуються в якій-небудь галузі діяльності (науці, виробництві тощо) – це система, сукупності прийомів, технологій, що застосовуються в якій-небудь галузі діяльності: науково-дослідної, виробничої, у сфері побуту людини.

*Факти* – (від лат. «actum» – зроблене) – дійсна, не вигадана подія, дійсне явище, те, що сталося, відбулося насправді; це конкретні дані про об'єкти, події, явища, що реально існували чи існують на певний час. У змісті соціальної інформації відзначаються їх наявність, якісні та кількісні характеристики.

Отже, соціальна інформація з погляду змістової структури – це опис у певній знаковій системі концепцій, методів і фактів.

З погляду *формальної структури* соціальна інформація – це сукупність знаків. Зовнішній вигляд знаків, їх форма (або «план вираження») завжди передбачає певне значення, що відповідає тому чи іншому знаку («план змісту»). Взаємозв'язок між планом вираження і планом змісту називається *семантичним зв'язком* і є предметом дослідження *семантики*, яка є складовою науки *семіотики*. Семантичний зв'язок між формою і змістом знаків завжди притаманний соціальній інформації, тому її називають *семантичною інформацією*. Найчастіше формою вираження соціальної (семантичної) інформації є *природна мова*.

До *загальних властивостей* інформації належать ті, що притаманні будь-якій інформації, що використовується в суспільстві, і впливають на всі суспільні відносини щодо інформації, незалежно від наявності або відсутності правового регулювання. Опис загальних властивостей подається нижче.

*Невичерпність інформації* полягає в тому, що на відміну від предметів матеріального світу, використання яких призводить до фізичного зношення або вичерпання, використання інформації не впливає на її властивості і, отже, вона може мати необмежену кількість використань та користувачів, залишатись при цьому в незмінному стані. Ця властивість інформації є однією з ключових у більшості сучасних концепцій інформаційного суспільства, оскільки дає змогу розглядати її як невичерпний ресурс і для економіки, і для діяльності публічної влади.

*Здатність інформації до поширення* зумовлена її невичерпністю та ґрунтуванням на відображенні. У більшості концепцій інформаційного суспільства відзначається здатність інформації безконтрольно поширюватись,

попри встановлені обмеження доступу до неї. Це зумовлено тим, що рух і розповсюдження інформації, передавання її від одного предмета (істоти) до іншого залежать від природних процесів відображення інформації. Тому вжиття людиною заходів щодо обмеження цього природного процесу не може бути ефективним.

*Здатність інформації до трансформації* полягає в тому, що інформація може зберігатися, накопичуватися на будь-яких придатних для цього носіях, а також як у свідомості окремого індивідуума, так і в масовій свідомості суспільства. Інформація здатна змінюватися, вдосконалюватися, деталізуватися; на її основі можна створювати нову інформацію і т. ін. Суб'єкт, що отримав, спожив інформацію, може передавати її іншим суб'єктам в незмінному або переробленому вигляді завдяки власному розуму або створити нову інформацію. У такому процесі передавання або поширення інформації вона, будучи отриманою іншими суб'єктами, залишається і в суб'єкта, що поширює її.

Узагальненою характеристикою інформації для споживача є її якість. *Якість інформації – це ступінь її відповідності потребам споживачів. Властивості інформації* є відносними показниками, оскільки залежать від інформаційної потреби. Найважливішими показниками якості й одночасно властивостями документованої інформації виступають: *релевантність, цінність, повнота, корисність, об'єктивність, своєчасність, достовірність (вірогідність), новизна, доступність, захищеність, ергономічність, адекватність, доступність, актуальність, емоційність.*

*Релевантністю* (від англ. «relevant») – доречний, той, що стосується справи) називається здатність інформації відповідати запитам, потребам, вимогам споживача.

З релевантністю тісно пов'язана інша найважливіша властивість інформації – її *цінність*, тобто споживча значимість, що виражається, як правило, у відповідності інформації своєму цільовому призначенню. При цьому цінність інформації може бути реалізована тільки в рамках певної інформаційної системи, в якості елемента цієї системи, пов'язаного з іншими її структурними елементами й блоками.

*Цінність інформації* пов'язана з її здатністю сприяти досягненню певних цілей. Вона походить від попередньої властивості – цілеспрямованості. Цінність інформації виявляється при її співвіднесенні з потребами споживача і з метою передавання (чи одержання) інформації.

Цінність інформації має суперечливий характер. Вона є одночасно відносною й об'єктивною. Відносною – тому що вона залежить від особливостей

споживача інформації, його попередніх знань, його потреб (для одного споживача певна інформація є цінною, для іншого – ні).

Разом із тим цінність інформації має об'єктивний характер, якщо вона, по-перше, об'єктивно відображає певні знання, факти, закони природи та суспільного розвитку; по-друге, відповідає завданням і змісту певної діяльності людини, допомагає її виконанню; по-третє, відповідає рівню знань споживача інформації, є для нього зрозумілою і водночас новою.

У свою чергу, результативність інформації може бути короткостроковою або довгостроковою, мати матеріальний або духовно-моральний вимір. Цінність може мати й дезінформація, але лише для її джерела. Для споживача ж дезінформація має негативну цінність, тому що збільшує вихідну невизначеність, зменшує ймовірність досягнення мети.

Істотною характеристикою документованої інформації є її *повнота*, яку звичайно визначають як оптимальне співвідношення між необхідною і отриманою інформацією. Від повноти інформації залежить якість прийнятих на її основі управлінських або інших рішень. При цьому варто помітити, що документована інформація ніколи не буває повною, тому що неможливо зафіксувати на матеріальному носії навіть ті події, свідками й учасниками яких ми є. Тим більше неможливо мати повну інформацію про минулі епохи. Тому завжди можна говорити лише про ступінь повноти інформації.

Варто розрізняти повноту й надмірність інформації. Надлишкова інформація – це повторювана, дублююча інформація. Вона забирає час у споживача, негативно позначається на ефективності керування. За наявним даними, зайвим є в середньому біля третини всього обсягу інформації, призначеної для споживання в управлінських підрозділах різного рівня. Підраховано, що в середньому 60% наукових й адміністративних документів споживачеві не потрібно прочитувати цілком. Мало того, він попросту не встигне прочитати все для виконання його професійних обов'язків, якщо буде читати всі підряд.

Інформація може бути корисною та безкорисною. *Корисність* інформації – ще одна з її властивостей. Корисність є не що інше як цінність інформації в певних конкретних умовах. З повнотою зв'язана *достовірність* (вірогідність) інформації. Вона відбиває ступінь об'єктивності в процесі фіксації й передачі інформації. Зі збільшенням повноти вірогідність збільшується.

*Вірогідність* залежить від джерела інформації, насамперед від рівня його компетентності, від суб'єктивізму в процесі збору, обробки, оформлення інформації. Оскільки документ створюється людиною, остільки інформація, що

міститься в ньому, завжди суб'єктивна. Мова в цьому випадку йде не про які-небудь конкретні події, факти, явища, що містяться в документі, а насамперед про їхній відбір, компоновання, аналіз, інтерпретацію. Кожному конкретному документу властивий свій, більший або менший, ступінь суб'єктивності.

Проблема вірогідності інформації нерідко буває пов'язана з навмисним її перекручуванням – дезінформацією (фальсифікацією). Вона може виражатися в наданні свідомо помилкових або неповних відомостей, у свідомо перекрученій інтерпретації яких-небудь фактів. Таким чином, вірогідність відноситься до числа найбільш значимих властивостей документованої інформації, оскільки будь-які її відхилення можуть негативно позначитися на якості прийнятих управлінських рішень.

Згодом інформація, навіть сама корисна, старіє. Тому найважливішою її властивістю є *новизна*. Деякі автори вважають, що інформація – це не те, що вміщено в документі, а те нове, що отримано із книги, документа. Поняття новизни також відносно. Одна й та ж сама інформація, втративши новизну в оперативному середовищі, може виявитися новою при реконструкції подій минулого, тобто в процесі реалізації функції документа як історичного джерела.

Новизна інформації залежить як від її об'єктивного змісту (якщо вона відображає новітні факти, новітні знання), так і від суб'єктивної характеристики споживача інформації (якими попередніми знаннями він володіє). Отже, новизна інформації може бути абсолютною і відносною.

З новизною пов'язана *своєчасність* інформації, тобто її здатність відповідати запитам споживача в потрібний момент часу.

Одна із властивостей інформації – її *доступність*, тобто можливість її одержання споживачем без труднощів, перешкод і витрат.

*Захищеність* – властивість інформації, що характеризує неможливість несанкціонованого доступу та змінювання, перекручування її з боку інших осіб.

Ще однією властивістю інформації є її *ергономічність*, тобто оптимальність форми або обсягу інформації для конкретного споживача.

*Адекватність* (визначеність) – відповідність відображених фактів, подій, показників самому об'єкту або явищу, а також завданню конкретного документа.

Також окремими дослідниками виділяються такі основні *властивості* інформації:

– інваріантність по відношенню до носіїв – та сама інформація може бути записана різними знаковими системами, ці знакові системи можуть використовувати різні фізичні носії для запису;

- здатність до тиражування – інформація, на відміну від речовини та енергії має здатність до копіювання, розмноження у потрібній кількості примірників;
- здатність бути реалізованою – має тенденції матеріалізації, тобто може бути використаною, стати товаром та послугою на ринку.
- інформацією можна ділитися: віддаючи інформацію, вона не втрачається; а при використанні, на відміну від фізичних ресурсів, не зникає, а має тенденцію до зростання;
- інформація не зношується від використання;
- інформація легко транспортується, особливо за допомогою ІКТ.

Ряд авторів виділяють такі *властивості соціальної інформації*: осмисленість; невідривність від матеріального носія; знаковий (семіотичний) характер; семантичний характер; відносна незалежність плану змісту від плану вираження; цілеспрямованість; старіння; дискретність; безперервність; кумулятивність; здатність до розсіювання; повторюваність; здатність до зростання; здатність до багаторазового використання, збереження інформації при її передаванні та використанні.

Властивість *осмисленості* означає, що соціальна інформація є результатом осмисленого відображення дійсності людиною. Ця властивість обумовлена тим, що в процесі соціальної інформаційної комунікації комунікантом (відправником інформації) і реципієнтом (одержувачем інформації) є люди; комунікант при формуванні повідомлення осмислює інформацію, що передається, а реципієнт може отримати інформацію тільки в процесі її усвідомлення.

Властивість *невідривності від матеріального носія* означає, що соціальна інформація завжди передається за допомогою матеріального носія. Носії інформації можуть бути різними за походженням і фізичними характеристиками. Розрізняють речовинні та енергетичні носії. Звичайно, при «споживанні» інформації матеріальний носій залишається незмінним, так само, як і знаки на ньому, що передають інформацію. «Відчуження» інформації від матеріального носія, на якому вона була зафіксована, відбувається мислено, у психіці людини-реципієнта, де інформація отримує новий матеріальний носій, принципово відмінний від носіїв інформації, що існують поза людиною.

*Знаковий (семіотичний) характер* інформації означає, що вона завжди фіксується і передається за допомогою знаків. Знаки можуть бути різними, але найчастіше належать до знаків природної мови. Знаки, що використовуються в соціальній комунікації, мають бути зрозумілими членам суспільства.

*Семантичний характер* інформації пов'язаний із попередньою властивістю, впливає з неї, тому що кожний знак має певне значення, або семантику.



Наявність смислу, значення, змістовність – обов'язкова властивість соціальної інформації.

Відносна незалежність плану змісту від плану вираження означає, що один і той самий зміст може бути зафіксований різними знаками: у вигляді тексту, рисунка, графіка тощо. Крім того, одне й те саме явище або процес, об'єкт можуть досліджуватися різними науками, отже, інформація про них буде подана по-різному, «мовами» різних наук.

Властивість *цілеспрямованості* означає здатність приводити до певного результату, до визначеної мети. Соціальна інформація завжди спрямована на досягнення певної мети: впливу на індивідуальну чи суспільну свідомість; впливу на поведінку людини, соціальних груп і суспільства в цілому. Інформація впливає на всі сфери життєдіяльності людини.

Властивість *старіння інформації* полягає в тому, що її новизна і, відповідно, цінність з часом зменшуються, тому що з'являється нова інформація, яка уточнює або заперечує, замінює попередню. Старіння інформації відбувається також із втратою її актуальності, коли вона не відображає сучасних подій і відносин у суспільстві. Старіння інформації можна простежити за показником зменшення використання того чи іншого джерела інформації, при тому, що саме джерело не змінилося.

Властивість *дискретності* означає можливість поділу інформації на певні частини, тобто її квантифікації. Інформація передається у вигляді окремих повідомлень; її можна поділити на окремі частки (кванти інформації).

Властивість *безперервності* інформації ніби заперечує попередню (тобто властивість дискретності), але насправді вони поєднуються. Хоч інформація складається з окремих повідомлень, у свідомості людини вони об'єднуються в одне ціле.

*Кумулятивність* означає здатність інформації накопичуватися, об'єднуватися і концентруватися так, щоб у меншому обсязі відобразити весь зміст попередніх повідомлень. Кумульована інформація передає їх зміст у більш стислому, узагальненому вигляді.

*Здатність до розсіювання*, розпорошування ніби заперечує попередню властивість, але пояснюється дискретністю інформації, її суперечливим характером (одночасно дискретна і безперервна, кумулятивна і розсіяна). Один і той самий зміст може бути відображений у різних повідомленнях. Повідомлення, що стосуються одного предмета, однієї теми чи галузі знання, можуть бути розпорошені по різних джерелах, у просторі та часі.

Властивість *повторюваності* пов'язана з попередньою, тому що одна й та сама інформація може повторюватися в різних повідомленнях, у різних джерелах, розсіяних у просторі та часі.

*Здатність до зростання*, збільшення інформації означає що в процесі суспільної діяльності обсяг знань людей постійно збільшується, зростає. Відповідно зростає обсяг інформації, що циркулює в суспільстві.

*Здатність до багаторазового використання, збереження інформації при її передаванні та використанні* – одна з найвідоміших властивостей інформації. Інформація, передана комунікантом реципієнту, не тільки стає надбанням останнього, а й залишається у комуніканта. Одну й ту саму інформацію можуть отримати відразу кілька реципієнтів, і від цього обсяг отриманої інформації у кожного з них не зменшиться.

Існуючі підходи до виділення властивостей інформації дозволяють об'єднати їх у 3 групи: *атрибутивні, динамічні і прагматичні*.

*Атрибутивні властивості* – це такі, без яких інформація не існує, вони іманентно властиві інформації і невідривні від неї. До даної категорії властивостей відноситься:

- невідривність інформації від фізичного носія і мовна природа інформації;
- дискретність – інформація складається з окремих частин, знаків.

Відомості, знання, що містяться в інформації – дискретні, тобто характеризують окремі фактичні дані, закономірності і властивості об'єктів, які вивчаються і які поширюються у вигляді різноманітних повідомлень;

– безперервність – можливість накопичувати інформацію. Інформація має властивість зливатися з вже зафіксованою і накопиченою раніше, тим самим сприяє поступовому розвитку і накопиченню.

*Динамічні властивості* – це такі, які характеризують зміни інформації у часі:

- копіювання – розмноження (тиражування) інформації;
- передавання від джерела до споживача;
- переклад з одної мови на іншу;
- старіння (фізичне – носія, моральне – цінності).

Серед властивостей інформації найважливішими є *обсяг (кількість)* інформації та її внутрішня організація, структура. Для прийняття управлінських рішень потрібен субмінімальний обсяг інформації – це така кількість інформації, яка є достатньою для керівника для прийняття рішення, подальший пошук інформації з метою збільшення кількості даних для прийняття рішення вже не

впливає на вибір альтернативи, не призводить до значних часових витрат на її пошук.

Як зазначалося, якість інформації – узагальнена позитивна характеристика інформації, що відображає ступінь її корисності для споживача. Отримуючи інформацію, споживач на практиці може оцінити її по-різному:

- частина інформації відповідає його запиту, його вимогам і таку інформацію називають релевантною; а частина – ні, тому її називають нерелевантною;

- уся інформація релевантна, але її недостатньо для потреб споживача; якщо отриманої інформації достатньо, то таку інформацію називають повною;

- отримана інформація не є своєчасною (наприклад, застаріла);

- частина інформації, яка визнана споживачем релевантною, може виявитися недостовірною, тобто містити приховані помилки. Якщо споживач виявляє таку інформацію, він відносить її до релевантної;

- інформація недоступна;

- інформація піддається «небажаному» використанню і змінюванню з боку інших споживачів;

- інформація має незручні для споживача форму чи обсяг.

Усі описані ситуації дозволяють сформулювати *прагматичні властивості інформації* – це такі властивості, які характеризують ступінь корисності інформації для користувача, споживача і практики і проявляються у процесі використання інформації. До даної категорії відноситься: смисл і новизна; корисність (зменшує невизначеність відомостей щодо об'єкта); цінність; кумулятивність (накопичення і зберігання інформації); повнота (властивість вичерпно для даного споживача характеризувати відображений об'єкт, процес тощо); достовірність; адекватність (однозначно відповідати відображеному об'єкту чи явищу); доступність (можливість отримати ту чи іншу інформацію); актуальність (ступінь відповідності інформації поточному часовому моменту); об'єктивність і суб'єктивність (відносні поняття, більш об'єктивною слід вважати інформацію, в яку внесено менший суб'єктивний елемент, проте у ході інформаційного процесу ступінь об'єктивності завжди знижується); своєчасність (здатність інформації відповідати потребам споживача у потрібний момент часу); захищеність (неможливість несанкціонованого використання або змінювання); ергономічність (зручність форми або обсягу інформації з позицій даного користувача); зрозумілість (ясність, висловлена мовою, доступною отримувачу); унікальність (інформація, що зберігається в єдиному примірнику).

### 1.3 Законодавче визначення поняття «інформація» та її видів

Вітчизняне законодавство використовує універсальне визначення інформації, яке не залежить від її суб'єктивного сприйняття і охоплює будь-яку інформацію в державі й суспільстві, щодо якої виникають певні суспільні відносини.

Варто зазначити, що термін «інформація» у контексті правової науки, почали вживати відносно недавно, а перші ґрунтовні дослідження даного феномену були розгорнуті у середині минулого століття ученими-кібернетиками, проте активний розвиток комп'ютерних технологій доволі швидко детермінував повсюдне використання цього поняття, практично у всіх сферах суспільного життя. До 1970-х років термін інформація, ні в загальній теорії права, ні на рівні окремих галузей юридичних наук, ні в законодавстві не використовувався, а як його аналоги вживали поняття: «дані», «матеріали», «відомості», «обставини» та ін.

У Законі України «Про інформацію» від 1992 р., який визначав спеціальне регулювання відносин щодо створення, збирання, одержання, зберігання, використання, поширення, охорони, захисту інформації, було закріплено одне із перших легітимних тлумачень інформації: *«Інформація – це документовані або публічно оголошені відомості про події та явища, що відбуваються у суспільстві, державі та навколишньому природному середовищі»* (ст. 650).

Враховуючи динамізм даних суспільних відносин, у 2011 р. законодавець прийняв нову редакцію Закону України «Про інформацію» (при цьому не визнавши редакцію цього ж Закону 1992 р. такою, що втратила чинність), а поняття «інформація» визначив як *«будь-які відомості та/або дані, які можуть бути збережені на матеріальних носіях або відображені в електронному вигляді»* (ст. 313).

При порівнянні двох редакцій Закону України «Про інформацію» виявляється, що поняття «інформація» дещо розширюється у своєму розумінні, та вже не зводиться виключно до відомостей, а включає в себе і дані, але на сьогоднішній день інформація повинна мати потенційну форму матеріального або електронного закріплення. Окрім того, у чинній редакції не визначене коло її обігу, яке було окреслене у попередній (суспільство, держава та навколишнє природне середовище).

Закон установлює основні принципи інформаційних відносин, до числа яких належать: гарантованість права на інформацію; відкритість, доступність інформації та свободи її обміну; об'єктивність, вірогідність, повнота і точність

інформації; законність одержання, використання, поширення та зберігання інформації.

Основними видами *інформаційної діяльності* Закон визначає створення, збирання, одержання, зберігання, використання, поширення, охорона та захист інформації (ст. 9).

Варто зазначити, що Закон України «Про інформацію» – не єдиний нормативно-правовий акт, що використовує це поняття. На рівні правової бази термін «інформація», використовується у більш ніж 5000-х актів, а тлумачення поняття «інформація» міститься у близько 200-х нормативно-правових актах України, проте його розуміння принципово різниться практично у всіх, залежно від сфери регулювання даного закону.

У правовій науці поняття «інформація» вперше було закріплено у ст. 177 ЦКУ як об'єкт цивільних прав. ЦКУ відносить інформацію до нематеріальних благ (глава 15 ЦК України).

Проблема *класифікації* інформації є досить дискусійним питанням. У працях вітчизняних дослідників наведено значну кількість різних підходів щодо її класифікації, в основу яких покладено різні її ознаки та особливості зважаючи на складний характер соціальної інформації.

Узагальнивши їх, виділимо лише основні класифікаційні ряди інформації, які згадуються більшістю учених у галузі інформатики за наступними ознаками.

1) *за сферою виникнення*: елементарна – виникла в неживій природі; біологічна – виникла у світі тварин і рослин; соціальна – виникла в людському суспільстві (соціумі).

2) *за способом передачі та сприйняття*: візуальна; аудіальна (звукова); аудіовізуальна; тактильна (дотикальна); смакова.

3) *за суспільним призначенням*: масова (суспільно-політична, буденна, естетична тощо); спеціальна (наукова, виробнича, технічна, педагогічна, управлінська тощо); особиста.

За суб'єктною належністю інформація поділяється на *внутрішню* і *зовнішню*. Наприклад, інформація, що обертається в межах підприємства, є його внутрішньою інформацією. А та, що надходить з оточуючого середовища, – зовнішньою.

*Особиста інформація* – це інформація про особу, її особисте життя. Особиста інформація є особистою таємницею та належить до конфіденційної інформації.

*Службова інформація* – це інформація про фінансову діяльність, господарську діяльність (яка не пов'язана з секретами виробництва, введенням

новацій та ноу-хау, розробкою стратегії розвитку, веденням переговорів, розробкою та впровадженням нових технологій) та внутрішній службову діяльність установи, її посадових, службових осіб та кореспонденцію (доповідні записки, листування між підрозділами тощо), які пов'язані з процесом прийняття рішень та передують їх прийняттю.

*Офіційна інформація* – це інформація про офіційну діяльність установи, її посадових, службових осіб та офіційні документи.

Соціальну інформацію можна поділити за її *соціальним призначенням*. З цього погляду інформація підрозділяється на масову і спеціальну. *Масова* інформація – соціальна, призначена для всіх членів суспільства. Інформація такого роду доступна будь-якій людині, тому і називається масовою. *Спеціальна* інформація призначена для окремих соціальних груп, зокрема, фахівців.

За способом поширення соціальна інформація поділяється на *опубліковану* (розповсюджену) і *неопубліковану* (та, що не розрахована на широке поширення і не пройшла офіційного затвердження).

За ступенем переробки соціальна інформація підрозділяється на *первинну*, яка містить безпосередні результати дослідження, розгляду певної проблеми, питання, і *вторинну* (результат переробки первинної інформації).

Закон України «Про інформацію» виділяє *види інформації за змістом* (таблиця 1.1):

Таблиця 1.1 – Види інформації за змістом

Вид інформації	Характеристика
інформація про фізичну особу (ст. 11)	Інформація про фізичну особу (персональні дані) – відомості чи сукупність відомостей про фізичну особу, яка ідентифікована або може бути конкретно ідентифікована.
інформація довідково-енциклопедичного характеру (ст. 12)	Інформація довідково-енциклопедичного характеру – систематизовані, документовані, публічно оголошені або іншим чином поширені відомості про суспільне, державне життя та навколишнє природне середовище.
інформація про стан довкілля (екологічна інформація) (ст. 13)	Інформація про стан довкілля (екологічна інформація) – відомості та/або дані про: <ul style="list-style-type: none"> <li>– стан складових довкілля та його компоненти, включаючи генетично модифіковані організми, та взаємодію між цими складовими;</li> <li>– фактори, що впливають або можуть впливати на складові довкілля (речовини, енергія, шум і випромінювання, а також діяльність або заходи, включаючи адміністративні, угоди в галузі навколишнього природного середовища, політику, законодавство, плани і програми);</li> </ul>

Вид інформації	Характеристика
	<p>– стан здоров'я та безпеки людей, умови життя людей, стан об'єктів культури і споруд тією мірою, якою на них впливає або може вплинути стан складових довкілля; інші відомості та/або дані.</p> <p>Інформація про стан довкілля, крім інформації про місце розташування військових об'єктів, не може бути віднесена до інформації з обмеженим доступом.</p>
інформація про товар (роботу, послугу) (ст. 14)	<p>Інформація про товар (роботу, послугу) – відомості та/або дані, які розкривають кількісні, якісні та інші характеристики товару (роботи, послуги).</p> <p>Інформація про вплив товару (роботи, послуги) на життя та здоров'я людини не може бути віднесена до інформації з обмеженим доступом.</p>
науково-технічна інформація (ст. 15)	<p>Науково-технічна інформація (НТІ) – будь-які відомості та/або дані про вітчизняні та зарубіжні досягнення науки, техніки і виробництва, одержані в ході науково-дослідної, дослідно-конструкторської, проектно-технологічної, виробничої та громадської діяльності, які можуть бути збережені на матеріальних носіях або відображені в електронному вигляді.</p> <p>НТІ є відкритою за режимом доступу, якщо інше не встановлено законами України.</p>
податкова інформація (ст. 16)	<p>Податкова інформація – сукупність відомостей і даних, що створені або отримані суб'єктами інформаційних відносин у процесі поточної діяльності і необхідні для реалізації покладених на контролюючі органи завдань і функцій у порядку, встановленому Податковим кодексом України.</p>
правова інформація (ст. 17)	<p>Правова інформація – будь-які відомості про право, його систему, джерела, реалізацію, юридичні факти, правовідносини, правопорядок, правопорушення і боротьбу з ними та їх профілактику тощо.</p>
статистична інформація (ст. 18)	<p>Статистична інформація – документована інформація, що дає кількісну характеристику масових явищ та процесів, які відбуваються в економічній, соціальній, культурній та інших сферах життя суспільства.</p> <p>Офіційна державна статистична інформація підлягає систематичному оприлюдненню.</p>
соціологічна інформація (ст. 19)	<p>Соціологічна інформація – будь-які документовані відомості про ставлення до окремих осіб, подій, явищ, процесів, фактів тощо.</p>

За порядком *доступу* інформація поділяється на відкриту інформацію та інформацію з обмеженим доступом (див. рис. 1.3).

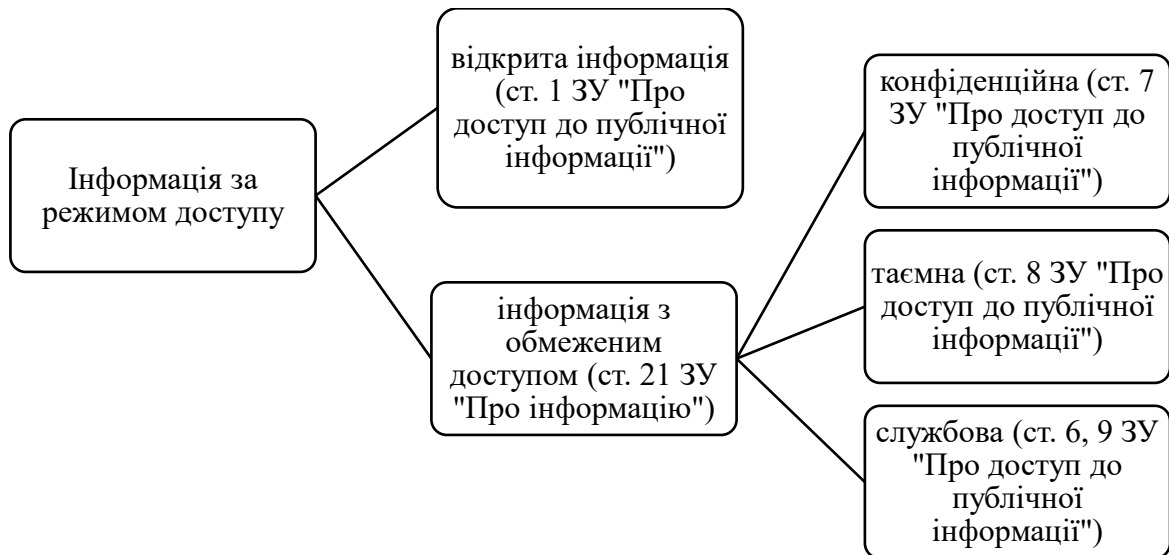


Рисунок 1.3 – Види інформації за способом (режимом) доступу

Будь-яка інформація є відкритою, крім тієї, що віднесена законом до інформації з обмеженим доступом.

Для визначення останньої вживається ще закрита, або секретна, тобто така, що з тих чи інших міркувань являє собою таємницю і розповсюдження якої можливе лише за згодою органів, уповноважених контролювати питання, пов'язані з цією інформацією.

Стаття 21 Закону України «Про інформацію» інформацію з обмеженим доступом характеризує в такий спосіб:

1. Інформацією з обмеженим доступом є конфіденційна, таємна та службова інформація.

2. *Конфіденційною* (від лат. «confidentia» – довіра, обмеження доступу до інформації та її поширення; секретність, приватність) є інформація про фізичну особу, інформація, доступ до якої обмежено фізичною або юридичною особою, крім суб'єктів владних повноважень, а також інформація, визнана такою на підставі закону. Конфіденційна інформація може поширюватися за бажанням (згодою) відповідної особи у визначеному нею порядку відповідно до передбачених нею умов, якщо інше не встановлено законом. Відносини, пов'язані з правовим режимом конфіденційної інформації, регулюються законом.

3. Порядок віднесення інформації до таємної або службової, а також порядок доступу до неї регулюються законами.

До *таємної* належить інформація, що містить відомості, які становлять державну та іншу передбачену законом таємницю, розголошення якої завдає шкоди особі, суспільству і державі. Конфіденційна – інформація, що містить



відомості, які знаходяться у володінні, користуванні або розпорядженні юридичних та фізичних осіб і поширюється за їхнім бажанням згідно з передбаченими умовами (ст. 30 Закону України «Про інформацію»).

*Відкрита* – інформація, якою дозволено користуватися широкому загалу.

Можливість доступу до інформації для конкретного споживача часто залежить від платних чи безплатних умов її надання. Тому, відповідно до її місця у товарно-грошовому обігу, інформація поділяється на комерційну та некомерційну. Комерційна інформація поширюється лише за бажанням її власника, в першу чергу на його умовах і переважно як об'єкт купівлі-продажу. Виходячи з цілей власника, до категорії комерційної інформації може бути віднесений широкий спектр джерел із найрізноманітнішими умовами доступу: від преси до інформації консультативних фірм. З точки зору цілей споживача умовою зарахування інформації до категорії комерційної є отримання ним відповідного прибутку. Тому суспільно-політична преса, що приносить прибуток її видавцям, не розглядається як комерційна інформація її споживачем – звичайним громадянином. Характерною ознакою некомерційної інформації є, як правило, безплатний характер її поширення. Хоча й тут можуть бути винятки. Наприклад, безплатне поширення буклетів на виставці не відмінює комерційних цілей її власників-відправників.

Звернемося тепер до *правової інформації* як різновиду інформації в цілому. Виділяють наступні види правової інформації за змістом:

- правову (нормативно-правові акти);
- загальну інформацію про органи влади;
- нормативно-технічну;
- наукову;
- санітарно-епідеміологічну;
- екологічну;
- соціальну;
- статистичну;
- фінансово-економічну.

Як бачимо, в цьому випадку до правової інформації віднесені тільки правові акти.

Правову інформацію можна розглядати як масив правових актів і тісно пов'язаних з ним довідкових, нормативних та інших матеріалів, що охоплюють всі сфери правової діяльності. У даному підході вже простежується спроба переходу до широкого розуміння правової інформації, але на перше місце, як і раніше, виноситься не інформація, а право і правові акти. Але обмежувати

правову інформацію рамками джерел права не можна хоча б тому, що саме право не обмежується тільки законами і його зміст набагато ширший. Наприклад, судове повідомлення містить правову інформацію, оскільки державний орган з його допомогою повідомляє громадянина про необхідність вчинити певні юридично-значимі дії. Така ж природа і податкових повідомлень. Звичайно, це найнижчий рівень правової інформації, але для простих громадян він має найбільше значення, саме з такою правовою інформацією людина стикається найчастіше.

Тому всю іншу правову інформацію відносимо до ненормативної, серед якої виділяють:

- економічну правову інформацію;
- кримінологічну правову інформацію;
- криміналістичну правову інформацію;
- статистичну правову інформацію;
- судово-експертну правову інформацію;
- оперативно-розшукову правову інформацію;
- правову інформацію, що міститься в кримінальних та цивільних справах;
- судову та іншу правозастосовну практику;
- індивідуально-правові акти;
- нормативи і стандарти;
- інформацію про цивільно-правові відносини, договірні та інші зобов'язання;
- інформацію про стан законності і правопорядку;
- інформацію ефективності прокурорського нагляду;
- інформацію про форми і способи захисту прав громадян;
- науково-юридичну правову інформацію.

Раніше було сформульовано визначення інформації як міри зміни в часі і просторі структурного розмаїття систем. Тепер же можна з упевненістю констатувати, що в якості такої системи буде виступати правова система з усіма її елементами, а не тільки джерелами права. У цьому випадку правову інформацію слід визначити як міру зміни в часі і просторі структурного розмаїття правових систем. При цьому родові властивості інформації відповідним чином переносяться на конкретний вид інформації – правову інформацію. Зокрема, правова інформація зменшує ентропію правової системи, оскільки нові (прийняті) правові норми покликані врегулювати невизначеність в існуючих суспільних відносинах.

## 1.4 Поняття «інформаційні ресурси»

Дані, інформація, та знання являють собою абстрактні об'єкти. Для роботи з ними необхідна їх матеріалізація у вигляді *інформаційних ресурсів*.

Словник іншомовних слів визначає «ресурси» (у перекладі «підіймаюся, виникаю знову») як: запаси чого-небудь, які можна використати в разі потреби; засоби, джерела, можливість, якими можна скористатися в разі необхідності.

Визначень поняття «інформаційні ресурси» в нормативних документах та науковій літературі існує досить багато. Але єдиної думки серед науковців щодо цього соціального феномена ще немає.

«Інформаційні ресурси» є базовим терміном предметної області спеціальності «Інформаційна, бібліотечна та архівна справа» що потребує уточнення. Визначень поняття «інформаційні ресурси» в нормативних документах та науковій літературі існує досить багато. Але єдиної думки серед науковців щодо цього соціального феномена ще немає. У чинних нормативно-правових актах і в наукових публікаціях України використовується низка термінів у сфері інформаційно-правових відносин, які не завжди є взаємоузгодженими між собою. Наприклад, «інформаційний ресурс», «державні інформаційні ресурси», «державні електронні інформаційні ресурси», «цифрові інформаційні ресурси» тощо. Таким чином, виникає потреба у науково-теоретичному обґрунтуванні змісту відповідних понять. Але родовим, базовим поняттям все ж є інформаційні ресурси.

Інформаційний ресурс – це, перш за все, джерело відповідним чином організованої інформації, ресурс у вигляді запасу, який можна використати в разі потреби, засіб, можливість, якими можна скористатися в разі необхідності. Це доступні для використання відомості в усіх сферах життєдіяльності людини, суспільства і держави, які зберігаються на відповідних носіях як документи, бази даних і знань, реєстри, кадастри та інші відомості, що можуть бути власністю будь-якого суб'єкта інформаційних відносин та бути залученими до обігу.

Впровадженню в науковий обіг цього терміна і позначення ним усіх документально-фіксованих результатів людської діяльності в різних сферах (кінець ХХ ст.) сприяло оформлення *інформаціології* як фундаментальної науки. Поняття інформаційного ресурсу суспільства є одним із ключових понять соціальної інформатики. Широке застосування цього терміна почалось після виходу книги Г. Громова «Національні інформаційні ресурси: проблеми промислової експлуатації» (1984 р.). Автор розумів ІР як безпосередній продукт

інтелектуальної діяльності найбільш кваліфікованих працівників та творчо активної частини працездатного населення країни.

Хоча ще досі немає універсального визначення ІР та єдиної й об'єктивної класифікації, сам термін активно використовується в теорії та практиці різних наук.

Своє бачення сутності інформаційних ресурсів закріпив законодавець України в законодавчих актах. Так, погляд на ІР міститься у ст. 1 Закону України «Про бібліотеки та бібліотечну справу»: інформаційні ресурси – це сукупність документів у інформаційних системах (бібліотеках, архівах, базах даних тощо).

Одне з перших комплексних уявлень про інформаційний ресурс було запроваджено нормами ч. 1 ст. 10 Закону України «Про науково-технічну інформацію», згідно з якою ІР – це «сукупність довідково-інформаційних фондів з необхідним довідково-пошуковим апаратом і відповідними технічними засобами зберігання, обробки і передачі, що є у володінні, розпорядженні, користуванні державних органів і служб науково-технічної інформації, наукових і науково-технічних бібліотек, комерційних центрів, підприємств, установ і організацій».

Універсальне бачення ІР було закріплено в Законі України «Про національну програму інформатизації» (1998 р.). ІР в законі визначався як сукупність документів в інформаційних системах. Крім того, цією нормою визначалися основні види інформаційних систем, які забезпечують існування і доступ до інформаційних ресурсів, до яких належать: бібліотеки, архіви, банки даних тощо. У новому законі «Про національну програму інформатизації» від 1 грудня 2022 р. № 2807-ІХ вже відсутнє визначення терміна «ІР», а натомість законодавцем наводиться дефініція терміна «електронні інформаційні ресурси – систематизовані відомості і дані, створені, оброблені та збережені в електронній формі за допомогою технічних засобів та/або програмних продуктів» (ст. 1).

Отже, законодавець України дотримується точки зору щодо розуміння ІР, відповідно до якої останній уявляється як структура, що складається з двох взаємопов'язаних елементів: безпосередньо інформації (сукупність довідково-інформаційних фондів) та певної інформаційної системи, що забезпечує користування цим ресурсом (довідково-пошуковий апарат і технічні засоби зберігання, обробки і передачі).

Термінологічний стандарт на інформацію і документацію визначає ІР як систематизоване зібрання документів в інформаційних системах, призначене для забезпечення інформаційних потреб користувачів інформації у визначеній сфері діяльності.

Документ у стандарті визначено як матеріальна форма одержання, зберігання, використання та поширення інформації, зафіксованої на папері, магнітній, кіно-, фотоплівці, оптичному диску або іншому носіїві.

ІР – інформація, представлена у формі для зберігання, накопичення, оброблення та використання. Як об'єкти зберігання знань ІР одночасно слугують вихідними даними для формування нових знань, які також можуть бути представлені у формі ІР. Використання ІР передбачає можливість їх інтерпретації і людиною, і комп'ютерними програмами. ІР зберігають в архівах, бібліотеках (зокрема й електронних), музеях, на серверах інформаційних систем за попередньо здійсненим описом (каталогізацією) задля полегшення їх пошуку, визначення галузі застосування тощо. Визначення категорії «інформаційні ресурси» у контексті теорії управління узагальнено в таблиці 1.2.

Таблиця 1.2 – Визначення категорії «інформаційні ресурси» в теорії управління

№ зп	Зміст поняття «ІР»	Складові поняття
1.	Окремі документи і масиви документів, результати інтелектуальної, творчої та інформаційної діяльності, бази і банки даних, усі види архівів, бібліотеки, музейні фонди та інші фонди, що містять відомості і знання, зафіксовані на відповідних носіях інформації, є об'єктами права власності всіх суб'єктів України і мають споживчу вартість (політичну, економічну, соціокультурну, оборонну, історичну, ринкову, інформаційну тощо).	Результати творчої та інформаційної діяльності людей.
2.	Особливий вид ресурсу, що ґрунтується на ідеях і знаннях, нагромаджених у результаті науково-технічної діяльності людей, поданий у формі, придатній для збору, реалізації та відтворення.	Ідеї і знання людей, накопичені у результаті науково-технічної діяльності.
3.	Окремі документи та окремі масиви документів в інформаційних системах (банках даних, архівах та інших системах).	Документи та їх сукупність, що знаходиться в інформаційній системі на підприємстві.
4.	Весь обсяг інформації із внутрішнього та зовнішнього середовища, що є в інформаційній системі.	Дані, що знаходяться в інформаційній системі підприємства.
5.	Систематизована сукупність цілеспрямованих даних, що забезпечують взаємодію між елементами організації, а	Інформація, що забезпечує взаємозв'язки між факторами

№ зп	Зміст поняття «ІР»	Складові поняття
	також між організацією та зовнішнім оточенням.	внутрішнього та зовнішнього середовища підприємства.
6.	Масиви даних, архіви, методики, інструкції, машинні програми і документи; складова інформаційної системи на підприємстві.	Дані, представлені в інформаційній системі підприємства.
7.	Як технічна категорія – це сукупність інформаційних об'єктів, відображених у знаковій формі на матеріальних носіях, що містять інформацію про події та процеси реального світу. Інформаційні ресурси можуть бути представлені документами і масивами документів як у вигляді паперових документів, так і в автоматизованих інформаційних системах, базами і банками даних, файлами, директоріями та іншими інформаційними об'єктами. Як економічна категорія – це відокремлені знання людини про процеси або явища, представлені у формалізованому виді та відображені на твердому носії, застосування яких сприяє утворенню вартості продуктів і послуг.	Як технічна категорія – сукупність документів у паперовому та електронному вигляді; як економічна категорія – сприяють створенню вартості товарів та послуг.
8.	Упорядкована сукупність документованих даних і знань, відомостей, інформації, що призначені для задоволення інформаційних потреб користувачів та можуть бути використані для прийняття рішення.	Дані, що призначені для задоволення інформаційних потреб користувача та використовуються в управлінській діяльності.
9.	Повний обсяг відомостей, отриманих з навколишнього середовища, створених у процесі певної діяльності знань, даних, що зафіксовані на матеріальних носіях, систематизовані за певною ознакою чи критерієм.	Відомості, призначені для зберігання і суспільного користування як на виробництві, так і в управлінні.
10.	Сукупність даних, що надходять із зовнішнього оточення або є відомостями про функціонування підсистем підприємства, становлять основу його інформаційної інфраструктури, зібрані та систематизовані за допомогою сучасних інформаційних технологій і систем.	Дані, що використовуються керівниками підприємства з метою розробки та прийняття стратегічних й оперативних управлінських рішень.

Прихильники узагальненого підходу до розуміння ІР ототожнюють їх з інформацією та знаннями, які накопичувалися, оброблялися, систематизувалися і, відповідно, перетворилися у форму, яка найбільш придатна для використання суспільством, має матеріальну цінність. Фахівці з права пропонують ІР розуміти як доступні для використання відомості в усіх сферах життєдіяльності людини, суспільства і держави, які зберігаються на відповідних носіях інформації як документи, бази даних і знань, реєстри, кадастри, архіви, бібліотеки, музейні фонди та інші відомості, що є власністю будь-якого суб'єкта інформаційних відносин, слугують задоволенню інформаційних потреб громадян, юридичних осіб і держави, мають необхідні реквізити, що дозволяє ідентифікувати їх. Н. Литвин вважає, що інформаційні ресурси – це, в першу чергу, всі документи, пов'язані як із результатами інтелектуальної, творчої та інформаційної діяльності, так із базами даних, всіма видами архівів, бібліотек, музейних фондів, та інші, що містять відомості та знання, зафіксовані на відповідних носіях інформації.

Поширені погляди на ІР, коли вони в структурному, предметному сприйнятті являють собою масив або окремих документ, інший об'єкт, що візуально сприймається, який акумулює відомості (інформацію), сформовані за визначеною ознакою або критерієм; масиви документів і документованої інформації, електронних документів і документованої інформації в інформаційних системах (бібліотеках, архівах, фондах, банках даних інших інформаційних системах).

Послідовники конкретизованого підходу до розуміння інформаційних ресурсів доводять, що ІР складається з упорядкованого масиву інформації та відповідної інформаційної системи, що існують в рамках певної організаційної структури. Вони зауважують, що ІР – це організована і структурована документована інформація, яка міститься в бібліотеках, архівах, фондах, банках даних, інформаційних системах; це бази і банки даних, усі види архівів, системи депозитаріїв державних інформаційних ресурсів, бібліотеки, музейні сховища і т. ін.

Кожен конкретний ІР, коли використовується як інформація у формі відомостей, що документовані, передані або оголошені таким чином, що можуть бути сприйняті іншою особою, має певні індивідуальні ознаки, до яких насамперед належать їх кількість, зміст, цінність та якість.

Кількість ІР може виражатися як у кількісних одиницях (сторінки, байти тощо), так і у відносному вимірі (наскільки відомості знімають невизначеність). Як основну мінімальну одиницю ІР автори у своїх дефініціях використовують

категорії «інформація», «закінчений текст», «документ», «інформаційні дані», «інформаційні повідомлення».

*Зміст* ІР – це конкретне значення даних і відомостей у тому контексті, в якому вони є зрозумілим для особи.

*Цінність* ІР характеризує його суспільне значення і може виражатися як у грошових одиницях, так і у відносному значенні (важливий, неважливий тощо).

*Якість* ІР визначає, наскільки він здатен задовольнити інформаційні потреби суб'єктів інформаційних відносин, і характеризується такими критеріями, як повнота, достовірність, цілісність тощо.

Залежно від інтересів та потреб учасників інформаційних відносин ІР можливо класифікувати таким чином:

1) за способом утворення інформації:

– первинні (природні) – ІР, що містять інформацію, яка сформувалась у природних умовах;

– вторинні (штучні) – ІР, що містять відомості, отримані штучно в процесі науково-дослідної діяльності, будь-якої творчої роботи, яка ґрунтується на обробці наявної інформації за спеціальними параметрами та моделями;

2) за способом фіксації:

– зафіксовані на машинних носіях ІР, обробка яких ведеться за допомогою ЕОМ;

– зафіксовані на інших, немашинних носіях (папір, плівка тощо);

3) за способом формування інформаційних масивів та поширення інформації:

– стаціонарні ІР, що формуються та використовуються, як правило, в спеціалізованих інформаційних організаціях за допомогою їх інформаційних систем;

– пересувні (мобільні) ІР формуються головним чином у вигляді банків даних, що включають у себе базу даних та пошуковий апарат до неї, і поширюються як інформаційний продукт на переносних носіях інформації (диски та ін.);

4) за територіальною належністю:

– міжнародні – зібрані на території декількох країн і також є об'єктом їх користування;

– національні – є національним надбанням певного народу;

– регіональні – що сформовані та використовуються на території певного регіону;



– місцеві – забезпечують потреби окремих місцевостей;

5) за формами власності:

– міждержавні – належать декільком державам;

– державні – належать певній державі. Державні ІР формуються як усіма гілками влади, так і вищими, центральними (міністерствами та відомствами) та місцевими органами і поділяються на види відповідно до цієї належності;

– ІР юридичних осіб – ресурси, що є власністю підприємств, установ, організацій як державної, так і недержавної форм власності;

– ІР окремої особи;

– ІР змішаної власності;

6) за характером інформації, що міститься в ІР:

– документальні – включають у себе саме документи;

– фактографічні – містять опис будь-яких фактів і формуються у вигляді картотек, каталогів;

7) за способом організації зберігання та використання:

– традиційні ІР (масив документів, фонд документів, архів);

– автоматизовані ІР (банк даних, автоматизована інформаційна система, база знань);

8) за режимом доступу:

– відкриті – доступні для користування усім;

– з обмеженим доступом, які у свою чергу поділяються на конфіденційні і таємні;

9) за сферами людської діяльності (галузями): технічної інформації; економічної; військової; політичної; правової; медичної; наукової інформації тощо;

10) за ступенем готовності до використання:

– актуальні, до яких належать ІР, що актуалізовані в технологічній системі певного типу суспільства. Це необхідна для суспільства інформація, яка забезпечує його життєдіяльність;

– потенційні, тобто ті, що потребують попередніх ресурсних витрат для свого перетворення на актуальні;

– критичні – ІР, виток, розголошення або втрата яких супроводжується значними політичними, економічними, соціальними та іншими наслідками. Головним критичним інформаційним ресурсом ми вважаємо людину як носія, користувача та творця інформації;

11) за значущістю:

– стратегічні – життєво важливі ІР (з позиції національної безпеки), виток, розголошення або втрата яких становить надзвичайну загрозу інтересам суверенітету, територіальної цілісності або навіть самому існуванню незалежної держави;

– тактичні – це прикладні науково-технічні, економічні, екологічні, демографічні та інші ресурси, необхідні для забезпечення нагальних проблем;

– операційні – це поточна ділова, комерційна та інша довідкова інформація, зорієнтована на задоволення щоденних потреб у різних сферах діяльності;

12) за рівнем доступу:

– загальнодоступні – це відкриті ІР, що забезпечують відносини у всіх сферах суспільного державного життя, реалізацію прав, свобод, обов'язків людини, громадянина. Їх використання широким загалом не загрожує конституційному ладу, інтересам особи, суспільних організацій і держави;

– з обмеженим доступом – це конфіденційна та таємна інформація.

Новітні інформаційні технології, цифровізація багатьох сфер суспільного життя зумовили появу нових видів ІР, які в літературі отримали назву «електронні ІР», «цифрові ІР». Особливої актуальності набули такі види електронних ІР: цифрові текстові аналоги друкованих видань; електронні образи друкованих видань; бази даних, які відповідають вимогам до мережевої інформації; нові форми публікацій, що не мають друкованих аналогів: електронні оголошення, матеріали веб-конференцій тощо, доступні користувачам через телекомунікаційні мережі; аудіо- та відеоінформація; мультимедійні продукти, що характеризуються постійним оновленням; програмні продукти; комбіновані програмно-інформаційні продукти, наприклад, геоінформаційні системи тощо.

Одним із основних видів ЕІР дослідники називають електронні бібліотеки – інформаційні системи, що забезпечують формування, зберігання та ефективного використання різноманітних колекцій цифрових ресурсів і надають доступ до них у зручному для споживача вигляді через мережу «Інтернет». Застосовуються також дані ЕІР, які становлять систематизовану сукупність інформаційних ресурсів, об'єднаних спільними змістом, джерелами, призначенням, авторством, колом користувачів, власників, способами доступу тощо.

Інформатизація архівної справи і архівних процесів сприяла тому, що провідні вітчизняні архівісти ініціювали розробку принципово нового законопроекту з умовною назвою «Про Національні архівні інформаційні ресурси, управління документацією та архівами» з фактичним конституюванням

в правовому полі понять «архівний інформаційний ресурс», «Національні архівні інформаційні ресурси» замість «архівні фонди», «Національний архівний фонд». Ключовим, системним поняттям нового архівного закону пропонується нова правова дефініція «Національні архівні інформаційні ресурси» (НАІР).

НАІР можуть бути визначені як сукупність архівних ІР, що містять інформацію про різні сфери діяльності людини, суспільства та держави, зафіксовані на паперових, аналогових, електронних та інших матеріальних носіях або у віртуальному інформаційному просторі, та в результаті експертизи цінності визнані такими, що мають історичну, адміністративну, культурну, наукову, юридичну, інформаційну та практичну цінність для народу України.

НАІР мають бути оголошені суспільним надбанням, складовою частиною вітчизняної і світової культурної спадщини, глобальних ІР людства. У проєкті закону слід визначити, що НАІР створювалися, збиралися, архівувалися в процесі діяльності державних органів, органів місцевого самоврядування, юридичних осіб незалежно від форм власності, громадян та їхніх об'єднань, а також суб'єктів міжнародного права, що діяли на території України, та зберігаються з метою передавання національної пам'яті українського народу наступним поколінням і для задоволення інформаційних потреб сучасного суспільства і держави, реалізації прав і законних інтересів кожної людини.

Продукування інформаційних ресурсів є одним з основних завдань інформаційного суспільства. Під *продукуванням інформаційних ресурсів* ми розуміємо створення нових видів інформаційних ресурсів на основі існуючих даних, інформації, знань.

### **1.5 Сутність і складові інформаційної діяльності**

Незаперечним є факт, що практично вся людська діяльність пов'язана із створенням, розповсюдженням, використанням та зберіганням інформації.

Поняття «діяльність» відіграє ключову роль і виконує ряд найважливіших функцій. Взагалі діяльність визначається як суто людський спосіб відношення до світу, сутністю якого є перетворення й підпорядкування матеріального світу людським цілям, спонуканням і волі, тобто всьому тому, що становить духовну сторону людського буття і є істинно творчим відношенням до навколишнього середовища, створенням нового, неповторного, того, що не зроблене природою. Тобто фактично діяльність можна розуміти як активність особи, що спрямована на пізнання й перетворення соціуму в цілях задоволення власних потреб. Цей процес за своєю сутністю соціальний, містить у собі такі складові: сам процес діяльності, мета, засоби і результат діяльності.

Отже, діяльність є специфічною інформаційною формою відношення до навколишнього світу, що за змістом становить доцільну його зміну в інтересах людей, умову існування суспільства.

Науковцями висловлюються думки відносно того, що діяльність включає певні елементи: мету, засіб і результат, або мету, засіб, результат і сам процес діяльності, або мету, засіб, результат і форму самого процесу діяльності, або об'єкт, суб'єкт, мету й очікуваний результат, а також засоби, методи та способи діяльності, або суб'єктів, учасників, юридичні дії й операції, засоби і способи їх здійснення, результати дій, або мету, завдання, цілі, суб'єктів і об'єктів, принципи, функції та напрями. Висловлюється також думка, що структуру діяльності утворюють такі елементи, як стадії, етапи, дії, операції.

Потрібно розуміти, що будь-яка діяльність визначально ґрунтується на використанні інформації різних видів. Утім не будь-яка діяльність може бути інформаційною. Певна інформаційна дія, – це, поперед за усе, оголошення про намір. А реальна дія є свого роду вже реалізацією цього інформаційного наміру. Тобто інформаційна дія є реалізацією моделей перетворення соціального середовища для досягнення мети у вигляді інформаційного акту.

Звідси *інформаційною* визнається виключно така діяльність, що спрямована на задоволення інформаційних потреб різноманітних суб'єктів, головний зміст якої полягає у збиранні, зберіганні, використанні та поширенні інформації. Ось тепер зрозуміло, що інформаційна діяльність – це головна продукуюча діяльність в умовах інформаційного суспільства.

Згідно з поглядами Кушнарєнко Н. і Удалової В. інформаційна діяльність – це сукупність процесів збирання, аналізу, перетворення, зберігання, пошуку і поширення документної інформації. Вона спрямована на якісне оперативне забезпечення споживачів інформацією відповідно до їхніх потреб.

О. Синєокий визначає ІД як сукупність інформаційних дій, технічних засобів, організаційних умов і модернізаційних заходів, що ґрунтуються на ефективному використанні високих технологій, метою чого є оптимальне задоволення інформаційних потреб громадян і юридичних осіб, а також реалізація інформаційних функцій і завдань держави О. Хмельницький сприймає ІД як сукупність операцій з сприйняття, переробки та видачі інформації в межах системи комунікації; В. Жарких, О. Білоусов, І. Кривдіна визначають ІД як сукупність дій, спрямованих на задоволення інформаційних потреб суб'єктів інформаційних правовідносин; А. Марущак – як сукупність дій, спрямованих на задоволення інформаційних потреб громадян, юридичних осіб і держави.

Б. Кормич називає результатом інформаційної діяльності *інформаційні продукти* як матеріальний результат цієї діяльності та *інформаційні послуги* як певну сукупність дій з доведення інформаційної продукції до споживача. На нашу думку, до результатів інформаційної діяльності слід додати також і впорядковані *інформаційні ресурси*, що складаються з множини інформаційних продуктів, які як об'єкти інформаційних відносин створюються в процесі діяльності, зокрема, й органів державної влади, у вигляді первинних або вторинних документів та виступають як база здійснення інформаційних послуг.

Розрізняють інформаційну діяльність, яка є частиною розумової праці і включає операції із сприйняття, переробки і видачі інформації, яка невіддільна від розумової праці фахівців науки і техніки, та *інформаційне обслуговування* (сервіс), котре є галуззю професійної діяльності, основні складові якої – процеси створення, оформлення, збирання, аналітико-синтетичної переробки, пошуку, поширення, зберігання і використання інформації.

Суб'єктами (той, хто виконує) професійної інформаційної діяльності можуть виступати як окремі особи, так і спеціальні інформаційні установи. З урахуванням цього аспекту інформаційна діяльність – це закінчений процес отримання, переробки і передачі знань, який починається з надходження до комунікатора (інформаційного органу) первинних відомостей і закінчується настроюкою кожного елемента системи створення інформації на досягнення цілі і перетворенням об'єкта в нове цільове утворення з врахуванням вимог комуніканта (споживача). Ефективність інформаційної діяльності визначається інтелектуальним змістом довідково-інформаційних фондів на будь-яких носіях і кваліфікаційним рівнем фахівців.

Отже, визначення інформаційних процесів, що відбуваються у сучасному суспільстві, розглядається у тісному взаємозв'язку з поняттям інформаційної діяльності. Відповідно до Закону України «Про інформацію» *інформаційна діяльність* – це сукупність дій, спрямованих на задоволення інформаційних потреб громадян, юридичних осіб і держави. Основними напрямками інформаційної діяльності є політичний, економічний, соціальний, духовний, екологічний, науково-технічний, міжнародний тощо.

Інформаційні процеси – це сукупність дій, пов'язаних зі збором, обробкою, зберіганням, пошуком, передаванням та використанням інформації. Ці процеси є основою будь-якої інформаційної діяльності і дозволяють ефективно працювати з інформаційними ресурсами для досягнення певних цілей. Інформаційні процеси охоплюють весь цикл роботи з інформацією, від моменту її створення до використання.

З позицій процесного підходу інформаційну діяльність можна трактувати як діяльність, що пов'язана с процесами отримання, переробки, накопичення та передаванні інформації. Згідно з таким тлумаченням інформаційну діяльність можна представити у вигляді сукупності інформаційних процесів: отримання інформації; переробка (узагальнення) інформації; накопичення (зберігання) інформації; передавання інформації (див. рис. 1.4).

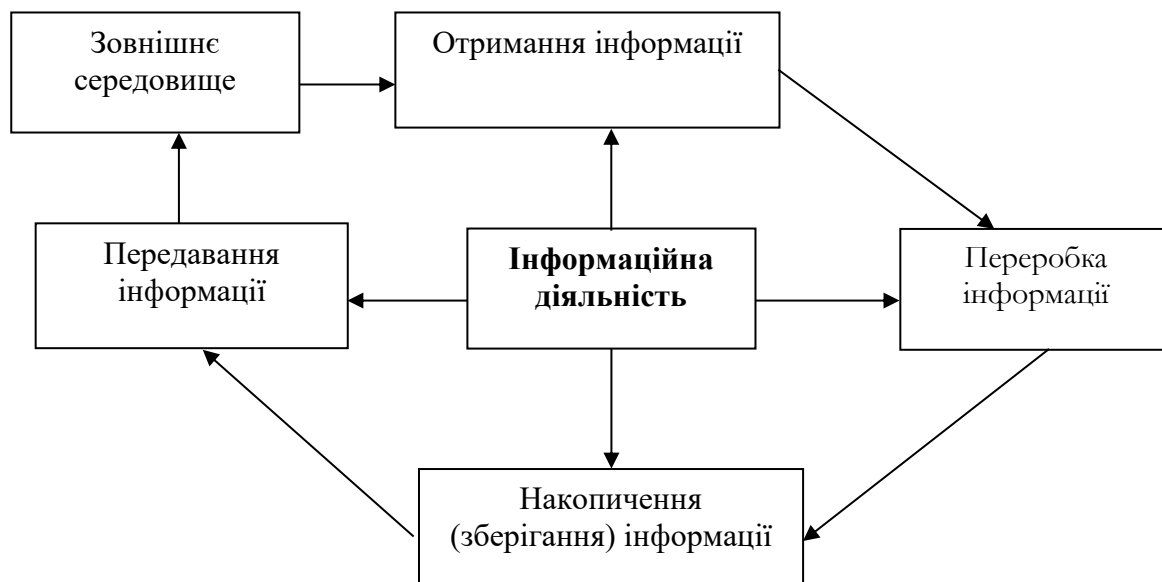


Рисунок 1.4 – Схема інформаційного процесу у сучасному суспільстві

Відповідно до каналів комунікації розрізняють формальні і неформальні інформаційні процеси.

До *неформальних* відносять процеси, які виконуються безпосередньо самими вченими або спеціалістами: діалог між ними, відвідування науково-виробничих підрозділів і лабораторій; виставок; обмін листами, публікаціями. Для неформальних процесів характерно те, що в комунікаціях обов'язкову участь беруть самі вчені чи фахівці; та інформаційні процеси невіддільні від їх професійної діяльності.

*Формальні* процеси сформувалися поступово в ході спеціалізації, суспільного розподілу праці і отримали своє організаційне оформлення, яке проявилось в таких сферах діяльності, як: редакційно-видавнича, книготорговельна, бібліотечно-бібліографічна, архівна справа та ін.

Зокрема, С. Кулицький визначає інформаційно-аналітичний процес як процес у сфері управління, який являє собою процес пошуку, збору, переробки та подання інформації у формі, придатній для її використання.

Схарактеризуємо інформаційні процеси в контексті інформаційної діяльності.

1. *Збирання (збір, накопичення) інформації* – це початковий процес, з якого починається вся інформаційна робота, найважливіший для всіх наступних інформаційних процесів, для інформаційної діяльності в цілому.

Збирання інформації – це перший і надзвичайно важливий етап у процесі створення інформаційного продукту або проведення аналізу. Він передбачає пошук/отримання інформації з різних джерел; ідентифікацію та реєстрацію інформації, необхідної для задоволення певної інформаційної потреби, вирішення завдання або підтримки процесу прийняття рішень. Збирання інформації є основою для подальшого аналізу, інтерпретації та використання даних у різних сферах, таких як наука, бізнес, державне управління тощо.

*Інформаційний пошук* – це процес знаходження (виявлення) інформації у різних джерелах, яка відповідає запитам споживача, містить необхідні споживачеві факти, дані. Іншими словами, інформаційний пошук розуміється як сукупність логічних і технічних операцій, що мають кінцевою метою знаходження даних, документів, відомостей про них, фактів, даних, релевантних запити користувача.

Основні *методи* збирання інформації:

– документальний аналіз: вивчення наявних документів, таких як звіти, наукові статті, закони, нормативні акти, протоколи тощо. Використовується для отримання надійних даних з офіційних або підтверджених джерел;

– спостереження: збір даних шляхом безпосереднього спостереження за явищем або об'єктом. Це може бути особисте спостереження, відеоспостереження або використання автоматизованих сенсорів;

– інтерв'ю та опитування: проведення інтерв'ю з експертами або респондентами та організація анкетування для отримання конкретної інформації від певної групи людей. Цей метод широко застосовується у соціальних, маркетингових та інших дослідженнях;

– моніторинг ЗМІ та соціальних мереж: аналіз публікацій, новин та постів у соціальних мережах для отримання актуальної інформації про події, настрої суспільства або тенденції;

– інтернет-ресурси та бази даних: використання відкритих онлайн-ресурсів, таких як вебсайти, інформаційні платформи, репозиторії наукових статей, бази даних та статистичні портали;

– експертна оцінка: залучення фахівців, які мають глибокі знання у конкретній сфері, для отримання експертних думок та висновків.

Основні етапи збирання інформації включені в рисунок 1.5.



Рисунок 1.5 – Основні етапи збирання інформації

2. *Процес обробки, переробки інформації* – передбачає перетворення та організації інформації у зручнішу для подальшого використання форму. Може включати перевірку інформації, її структурування, узагальнення, аналіз, систематизацію та оцінку. Обробка інформації допомагає виявляти закономірності, робити висновки, прогнози на основі зібраних даних.

На цьому етапі відбувається аналіз інформації – вивчення та оцінка зібраних даних, що уособлюється в понятті «наукова обробка», яка полягає в інформаційному аналізі і синтезі повідомлень; й інакше називається аналітико-синтетичною обробкою (або переробкою) інформації. Зазначимо, що аналітико-синтетична переробка інформації є ключовим етапом у процесі обробки даних, що дозволяє не лише глибоко вивчити окремі аспекти інформації, а й об'єднати її для формування нових знань або практичних рішень. Цей підхід особливо важливий в умовах великих масивів даних, коли необхідно застосувати комплексний підхід для отримання корисної та значущої інформації.



3. *Зберігання інформації* – це процес збереження даних, інформаційних ресурсів, документів тощо в доступній та зручній формі для подальшого використання, захисту та обробки. Зберігання є важливою частиною інформаційної діяльності, оскільки забезпечує доступ до інформації, її цілісність та безпеку.

Зберігання може здійснюватися у фізичному (архіви, бібліотеки) або електронному вигляді (бази даних, хмарні сховища). При цьому важливо забезпечити належний рівень безпеки і збереження інформації, особливо для конфіденційних або важливих даних.

Інформаційні повідомлення, реалізовані в певній матеріальній формі, можуть зберігатися в спеціально створених інститутах, службах, установах:

- *документальної інформації* (книгосховищах, депозитаріях, бібліотеках, архівах, музеях і т. п.);
- *фактографічної інформації* (редакції газет, телебачення, адресних і довідкових бюро тощо);
- *концептографічної інформації* (служби патентної експертизи, прогнозування; служби, центри інформації).

4. *Поширення інформації* – це завершальний інформаційний процес, суть якого полягає у видачі відповіді на запит споживача. Це процес передавання інформації від одного суб'єкта до іншого або до широкої аудиторії з метою забезпечення доступу до неї, її використання та обміну. Поширення інформації є важливим етапом в інформаційній діяльності, оскільки дозволяє забезпечити ефективну комунікацію між різними суб'єктами та інституціями, а також забезпечує доступ до актуальної і корисної інформації для прийняття рішень, навчання, наукових досліджень тощо.

У процесі *поширення інформації* виділяються такі етапи:

1) визначення цільової аудиторії. Першим кроком є визначення, хто є отримувачем інформації. Це може бути окрема особа, організація, громада або велика аудиторія (наприклад, у разі масових комунікацій);

2) вибір каналу комунікації. Для поширення інформації необхідно вибрати відповідний канал, через який вона буде передаватися. Це можуть бути:

- традиційні канали (телебачення, радіо, газети, журнали);
- цифрові канали (електронна пошта, соціальні мережі, вебсайти, блоги);
- особисті канали (особисті зустрічі, презентації, конференції).

3) підготовка і форматування інформації. Перед переданням інформацію необхідно адаптувати під конкретний канал комунікації і цільову аудиторію. Це

може включати створення текстів, візуальних матеріалів (графіків, діаграм, ілюстрацій), відео та іншого контенту;

4) передавання інформації. На цьому етапі інформація передається отримувачу через обраний канал. Це може бути масовий розподіл (наприклад, прес-релізи, пости в соціальних мережах) або персоніфіковане поширення (наприклад, через електронну пошту або особисті консультації);

5) оцінка ефективності поширення. Після того, як інформація була передана, необхідно оцінити її ефективність: наскільки добре вона була прийнята і зрозуміла аудиторією, який вплив вона мала на поведінку отримувачів.

У сучасних умовах використовуються наступні *канали поширення інформації*:

– масові комунікації – поширення інформації серед широкої аудиторії, яке здійснюється через традиційні і цифрові медіа (телебачення, радіо, газети, соціальні мережі, блоги). Масові комунікації можуть мати як одноразовий характер, так і регулярний (наприклад, новини, інтерв'ю, публікації в ЗМІ);

– персональні комунікації – обмін інформацією між окремими особами або групами людей через прямі канали зв'язку, такі як електронні листи, телефонні дзвінки, особисті зустрічі, конференції чи вебінари;

– поширення через Інтернет та цифрові платформи;

– *дистрибуція* (розподіл, розділ, роздавання) через інформаційні ресурси. Наприклад, електронні бази даних, наукові репозиторії, бібліотеки або інші системи, які акумулюють великі обсяги інформації та надають доступ до неї користувачам;

– *краудсорсинг* (англ. «crowdsourcing» – залучення широкої аудиторії або спільноти для отримання ідей, фінансування, виконання завдань або розв'язання проблем, що дозволяє компаніям та організаторам проєктів ефективно використовувати колективний інтелект та ресурси масової аудиторії) та *партнерство* – процес поширення інформації через добровільну участь широкої аудиторії, що може сприяти швидкому обміну знаннями або актуальними новинами через колективні зусилля.

Проблеми поширення інформації:

– інформаційне перевантаження. Велика кількість інформації, що надходить через різні канали, може викликати ускладнення в процесі її аналізу та відбору корисної інформації;

– недостовірність або маніпулювання інформацією. Поширення неправдивої або маніпулятивної інформації може призвести до помилкових уявлень, дезінформації та негативних наслідків для суспільства;

– обмежений доступ до інформації. Поширення інформації може бути обмежене політичними, економічними або технічними факторами (цензура, контроль за інформацією).

Отже, поширення інформації – це ключовий етап у забезпеченні комунікації, доступу до знань та прийнятті обґрунтованих рішень.

Розгляд інформаційних процесів (механізмів) стає особливо актуальним тоді, коли інформація розглядається як невід’ємний елемент управління будь-якої системи. Цей елемент повинен ефективно використовуватися для досягнення конкретних цілей та вирішення завдань, що стоять перед підприємством.

Ефективність інформаційної діяльності забезпечується через застосування здобутків інформатики, послуг з використанням комп’ютерних інформаційних технологій, у тому числі нових технологій електронної телекомунікації. Засобами реалізації інформаційної діяльності є електронно-обчислювана техніка, цифрові засоби телекомунікації, волоконно-оптичні системи зв’язку та передачі інформації, нанотехнології, суперкомп’ютерні технології, розвиток яких постійно стимулюється технологічним прогресом інформаційних відносин.

Звідси можна визначити *інформаційну діяльність* як сукупність інформаційних дій, технічних засобів, організаційних умов і модернізаційних заходів, що ґрунтуються на ефективному використанні високих технологій, метою чого є оптимальне задоволення інформаційних потреб громадян і юридичних осіб, а також реалізація інформаційних функцій і завдань держави.

Держава зобов’язана постійно дбати про своєчасне створення, належне функціонування і розвиток інформаційних систем, мереж, банків і баз даних у всіх напрямках інформаційної діяльності. Держава гарантує свободу інформаційної діяльності в цих напрямках всім громадянам та юридичним особам в межах їх прав і свобод, функцій і повноважень.

Отже, визначення інформаційних процесів, що відбуваються у сучасному суспільстві, розглядається у тісному взаємозв’язку з поняттям «інформаційна діяльність». У Законі України «Про інформацію» у ст. 9 «Основні види інформаційної діяльності» зазначено, що основними видами інформаційної діяльності є створення, збирання, одержання, зберігання, використання, поширення, охорона та захист інформації.

Порівняння найменувань основних видів інформаційної діяльності, зазначених у Законі України «Про інформацію» і у стандарті вищої освіти (СВО) спеціальності 029 «Інформаційна, бібліотечна та архівна справа» узагальнено у таблиці 1.4.

Таблиця 1.4 – Порівняння назв основних видів інформаційної діяльності

СВО спеціальності 029 «Інформаційна, бібліотечна та архівна справа»	Закон України «Про інформацію»
створення	створення
розповсюдження (некоректний термін)	поширення
акумулявання	= збирання
зберігання	зберігання
архівування	
	використання
	одержання
доступ до інформації	
	охорона та захист

Незаповнені рядки вказують на відсутність відповідного терміна. Знак «(=)» означає синонімічність термінів.

Чинне законодавство України поняття «створення інформації» не містить. В науковій літературі воно також не знайшло достатньої розробки.

Згідно з тлумачними словниками слова «створювати», «виробляти» використовуються у значеннях: 1) творити, створювати, тобто, робити існуючим, спонукати до життя; 2) виготовляти, виробляти певний матеріальний продукт; 3) випускати промислові товари, продукти харчування, здійснювати процес створення матеріальних благ чи цінностей у масовому масштабі.

Виходячи з цього створення інформації може мати три таких основних значення: а) створення інформації людиною як біологічною істотою, що обумовлене її фізичною здатністю сприймати і осмислювати оточуюче середовище та генерувати його опис; б) створення певної інформаційної речі як вираз творчого потенціалу людини; в) створення інформаційних матеріалів для розповсюдження серед зацікавлених осіб з метою задоволенні інформаційних потреб суспільства.

Створення інформації можна розглядати як процес перетворення зібраних даних, спостережень, досвіду або знань у нову форму, яка може бути корисною для певної аудиторії. Цей процес охоплює обробку, структурування та подання інформації, що надає їй додаткового значення та робить її придатною для прийняття рішень, аналізу чи інших цілей. При цьому інформація створюється у найрізноманітніших формах, таких як тексти, графіка, бази даних, відеофільм та інші.

Зібрані необхідні дані різних джерел (первинних і вторинних) виступають основою для створення інформації. Це можуть бути дані з об'єктивних джерел,

таких як дослідження, опитування, спостереження або документальні джерела та ін. Аналіз та обробка зібраних даних передбачають їх структурування та інтерпретацію, виділення значущої інформації та відсівання непотрібних або зайвих даних. На цьому етапі можуть використовуватися різні методи аналізу, включаючи статистичний аналіз, класифікацію, узагальнення тощо.

Інтерпретація (тлумачення, розкриття змісту чого-небудь) та контекстуалізація передбачає надання зібраним даним конкретного сенсу та контексту, щоб перетворити їх на інформацію, яку можна легко розуміти та використовувати. На цьому етапі автор чи дослідник дає своє бачення або пояснення значення даних, що допомагає аудиторії краще їх зрозуміти.

Форматування та структурування є важливими підпроцесами у процесі створення інформації, в яких відбувається організація інформації у зручний для сприйняття формат залежно від аудиторії та цілей використання. Наприклад, одна й та сама інформація може бути подана у вигляді звіту, презентації, інфографіки, таблиць або відеоматеріалу. Структурування інформації передбачає надання їй структурної організації, упорядкування (наприклад, подання числових даних у формі таблиці, виділення частин у документі – розділів, пунктів та ін.).

Зазначимо також на некоректність терміна «розповсюдження» (інформації), які вжили укладачі СВО. Поширення і розповсюдження – ці слова мають відмінне значення в українській мові, а їх плутають ті, хто перебуває під впливом російської мови, де слово «распространение» має два значення, які по-різному перекладаємо українською мовою. Розповсюджувати можна щось конкретне, наприклад, квитки, книги. А абстрактне – «поширення»: поширювати знання, ідеї, інформацію і т. д. Вважаємо, що коректним терміном слід вважати саме «поширення інформації», який включає процеси «розповсюдження, обнародування, реалізацію до існуючих соціальних норм документованої або публічно оголошеної інформації».

Наступний термін, унормований в СВО – «акумулявання» – у розумінні як дія за значенням «акумулювати». Акумуляція/акумулювання сучасні словники визначають як «збирання, нагромадження, зосередження чогось». Припустимо, що укладачі СВО під терміном «акумулявання» мали на увазі саме збирання, нагромадження, зосередження інформації. Будемо вважати, що даний термін носить складний характер і уособлює в собі кілька процесів роботи з інформацією, отже, включає процес збирання, систематизації, зберігання та організації інформації для подальшого використання. Акумулявання інформації важливе для забезпечення подальшого доступу до потрібних даних та знань,

оскільки сприяє тому, щоб знання не тільки збирались, але й були доступними та організованими для ефективного використання в майбутньому.

Акумулювання інформації може здійснюватися за допомогою наступних методів, технологій і інституцій:

– автоматизовані системи збору – передбачають використання програмного забезпечення для автоматичного збору та систематизації інформації, наприклад, через вебскрейпінг (вебзбирання або витягнення вебданих – перетворення у структуровані дані інформації з вебсторінок, які призначені для перегляду людиною за допомогою браузера), моніторинг новинних сайтів, інтернет-ресурсів;

– бази даних (БД). Акумулювання інформації у вигляді структурованих даних у БД дає можливість здійснювати пошук, фільтрацію та сортування інформації з великої кількості документів чи записів;

– цифрові сховища та хмарні технології. Використання хмарних платформ (Google Drive, Dropbox, OneDrive) для зберігання та доступу до інформації в будь-який час і з будь-якого пристрою;

– бібліотеки та архіви – традиційні способи акумулювання інформації, зокрема через фізичні бібліотеки та архіви. Враховуючи перехід до цифрових форматів, багато інформації в архівах і бібліотеках вже оцифровано та доступно через електронні ресурси;

– інтерфейси та інформаційні системи. Використання спеціалізованих програмних інтерфейсів (API) для збору та обміну інформацією між різними інформаційними системами (наприклад, у галузі фінансів, медицини, державного управління).

Приклади акумулювання інформації: університетські бібліотеки – акумулюють книги, статті, дисертації, журнали та інші наукові матеріали, що доступні студентам і науковцям для навчання та досліджень; державні органи – акумулюють статистичні дані, звіти, документи про закони та постанови, що можуть бути доступні громадянам та підприємствам; аналітичні центри та консалтингові компанії – акумулюють великий обсяг інформації для проведення аналізу ринку, оцінки тенденцій у бізнесі, соціальних та політичних процесах.

Потребує уточнення термін, вжитий в СВО як «*доступ до інформації*». Незважаючи на те, що термінопоняття «доступ до інформації» використовується у чинному законодавстві України, визначення його не розкривається. Ст. 20 «Доступ до інформації» Закону України «Про інформацію», не визначаючи дане поняття, вводить конструкцію «порядок доступу», відповідно до якого Законом визначено 2 типи інформації: відкриту інформацію та інформацію з обмеженим

доступом. Законодавство України при використанні термінів, суміжних до поняття «доступ до інформації», містить конструкції «отримання можливості обробляти інформацію», «порядок одержання, використання, поширення і зберігання інформації», «надання дозволу на ознайомлення з інформацією».

Відносини щодо доступу до інформації регулюються різними соціальними нормами, у т. ч. права. Правові норми упорядковують суспільні відносини що до доступу до інформації з метою реалізації прав, свобод і законних інтересів громадян (іноземців та осіб без громадянства), їх об'єднань, юридичних осіб приватного права, а також здійснення завдань і функцій органами державної влади. Сукупність правових норм, які регламентують відносини з приводу доступу до інформації, складає об'єктивний зміст доступу до інформації. Оскільки такі норми входять до різних «класичних» галузей права України (конституційного, цивільного, адміністративного, фінансового та інших), то зазначену сукупність норм можна назвати міжгалузевим інститутом права доступу до інформації. З іншого боку, в умовах розвитку інформаційних правовідносин зазначений інститут відносимо до інформаційного права України як галузі права, що знаходиться на етапі формування (виокремлення власного предмета, напрацювання власних методів правового регулювання).

У редакції Закону України «Про інформацію» 1992 р. було зафіксовано, що «одержання інформації – це набуття, придбання, накопичення відповідно до чинного законодавства України документованої або публічно оголошеної інформації громадянами, юридичними особами або державою». У чинній редакції даного закону це визначення відсутнє.

Хоча в Законі введено в обіг термін «охорона та захист інформації», визначення наводиться лише захисту інформації, який визначається як «сукупність правових, адміністративних, організаційних, технічних та інших заходів, що забезпечують збереження, цілісність інформації та належний порядок доступу до неї» (ст. 1 Закону України «Про інформацію»).

Термін «використання інформації» у редакції Закону України «Про інформацію» 2011 р. теж не роз'яснюється, хоча у попередній редакції 1992 р. він трактувався як задоволення інформаційних потреб громадян, юридичних осіб і держави.

Без роз'яснення з боку укладачів СВО залишився термін «*архівування інформації*». Пошук у різних джерелах не дає однозначної відповіді для розуміння сутності цього процесу. Між тим вважаємо, що процес архівування інформації є важливим і необхідним для організації, зберігання та підтримки інформаційних матеріалів з метою їх довготривалого збереження, подальшого

доступу та використання. Архівування має на меті зберегти інформацію в її первісному вигляді або у вигляді, що зберігає її значення, забезпечуючи її доступність у майбутньому. У сучасному цифровому світі архівування охоплює також процеси, пов'язані з довготривалим зберіганням електронних документів і файлів.

Основні цілі архівування інформації:

- збереження історичної цінності – архівування дозволяє зберігати документи, що мають історичну або культурну цінність для майбутніх поколінь;
- забезпечення юридичної та правової відповідності – зберігання документів, які можуть знадобитися для юридичних або правових питань, таких як договори, фінансові звіти, протоколи;
- оптимізація роботи – архівування дозволяє організаціям та окремим особам звільнити поточне робоче середовище від застарілої інформації, водночас зберігаючи можливість доступу до неї у разі потреби;
- безпека та відновлення – забезпечення захисту даних і можливості їх відновлення у разі втрати, пошкодження або знищення оригіналів.

Основні етапи процесу архівування інформації включені в таблицю 1.5.

Таблиця 1.5 – Зміст етапів процесу архівування інформації

Етап	Характеристика етапу
Ідентифікація інформації для архівування	Визначення, які саме документи чи файли необхідно архівувати. Це можуть бути застарілі документи, які не використовуються в поточній діяльності, але мають юридичну, історичну чи іншу цінність.
Каталогізація та індексація	Систематизація документів і присвоєння їм індексів або міток, що дозволяє легко знайти потрібну інформацію в архіві. Наприклад, у цифрових архівах можна використовувати метадані, ключові слова або категорії.
Форматування та конвертація	Вибір відповідного формату для архівування. Це важливо особливо для цифрових даних, оскільки деякі формати можуть втратити актуальність з часом. Наприклад, документи зберігають у форматах PDF/A, TIFF або XML, які є більш довговічними.
Забезпечення безпеки	Захист архівів від несанкціонованого доступу, втрат або пошкодження. Це може включати шифрування файлів, обмеження доступу, створення резервних копій, зберігання документів у спеціально обладнаних приміщеннях або на захищених серверах.
Регулярне оновлення та підтримка	Цифрові архіви потребують періодичної перевірки та оновлення для збереження цілісності файлів. Це може



Етап	Характеристика етапу
	включати перенесення даних на нові носії або адаптацію до нових технологій зберігання
Забезпечення доступності	Організація доступу до архівованої інформації для уповноважених користувачів. Важливо, щоб архіви були доступні для пошуку і перегляду, але при цьому зберігали свою цілісність і конфіденційність.

*Типи архівування:*

– фізичне архівування – включає зберігання паперових документів, фотографій, відео- та аудіоматеріалів в архівних сховищах. Для цього використовуються спеціальні умови зберігання, такі як контроль температури та вологості, щоб запобігти псуванню;

– цифрове архівування – охоплює зберігання електронних документів, фотографій, відео, аудіофайлів у цифровому форматі. Такий спосіб зберігання забезпечує легкий доступ до інформації і займає менше фізичного простору, ніж традиційні паперові архіви;

– хмарне архівування – використання хмарних сервісів для зберігання даних дозволяє розміщувати інформацію на віддалених серверах. Це забезпечує доступ до інформації з будь-якого місця з підключенням до Інтернету та додає додатковий рівень безпеки у випадку втрати локальних даних.

Архівування інформації має таке значення:

– збереження культурної та історичної спадщини – архівування дозволяє зберегти документи, які мають значення для ідентичності та історії суспільства.

– ефективне управління інформацією – архівування допомагає організаціям та особам зберігати лише актуальні документи, а застарілі переміщувати в архів.

– юридичний та адміністративний аспект – наявність архіву допомагає забезпечити юридичну відповідність та підтримувати історію дій, рішень та процесів.

– захист від втрат та катастроф – архіви можуть зберігати інформацію навіть у випадку знищення оригіналів через аварії, природні катастрофи або кібератаки.

*Виклики в архівуванні інформації:*

– швидка зміна технологій – цифрові формати та носії можуть швидко застарівати, що створює труднощі для довготривалого збереження даних.

– великий обсяг даних – зростаючий обсяг інформації ускладнює зберігання та управління архівами.

– витрати на архівування – створення, зберігання та підтримка архівів вимагає значних фінансових та технічних ресурсів.

– безпека та конфіденційність – необхідність захисту архівів від несанкціонованого доступу або втрати даних.

Отже, архівування інформації є ключовим процесом у підтримці довготривалої доступності та збереження інформації. Воно важливе для різних сфер діяльності, оскільки дозволяє зберігати юридичні, історичні, культурні та адміністративні документи. Ефективне архівування допомагає не лише зберегти минуле, але й забезпечити доступ до інформації у майбутньому, зберігаючи цілісність та конфіденційність документів.

Таким чином, виявлені розбіжності між СВО і базовим Законом в інформаційній галузі викликають суперечності щодо правильності трактування уведених укладачами СВО понять, що стосуються ІД.

Визначаючи основні види інформаційної діяльності, законодавець не надає унормованої дефініції цього терміна. Відсутній цей термін і в термінологічних стандартах та інших нормативних документах документно-інформаційної сфери. Між тим, у СВО спеціальності серед методів, методик і технологій, якими повинні володіти фахівці, серед інших називаються методи та технології інформаційної діяльності. Тому при з'ясуванні обсягу поняття «інформаційна діяльність» слід відшукати його у наукових публікаціях, навчальній літературі.

Окремі дослідники звертають увагу, що ІД не вичерпується лише збором, формуванням, поширенням і використанням інформації. Безсумнівно, дуже важливими є і процеси створення інформації, і процеси її зберігання. Крім того, слід враховувати, що інформаційні процеси, особливо створення інформації, належать до найбільш творчих видів діяльності. Тому й пропонують використовувати усталену класифікацію етапів повного життєвого циклу інформації: створення, поширення (передача), зберігання, використання та знищення (утилізація) інформації.

### **Контрольні запитання:**

1. Які унікальні властивості притаманні інформації?
2. У чому різниця між поняттями «інформаційне середовище» та «інформаційна сфера»?
3. За якими правилами і законами відбуваються інформаційні процеси, які визначають суспільне використання інформації?
4. Розкрийте характеристики інформації: кількість, зміст, цінність та якість.

5. Поясніть, чому від середини ХХ ст. поняття «інформація» стало одним із основних серед загальнонаукових категорій.

6. Які галузі науки займаються дослідженням інформації?

7. Які відомі вчені зробили внесок у трактування поняття «інформація»?

8. Схарактеризуйте три основні концепції інформації – атрибутивну, функціонально-кібернетичну, семіотичну (знакову).

9. Що розуміється під інформацією в теорії інформації Клода Шеннона?

10. Чому Поль Отле є визнаним науковою спільнотою фундатором інформаційної науки?

11. Яку інформацію прихильники теорії інформаційної революції – Р. Кохане та Дж. Най відносять до вільної, комерційної, стратегічної інформації?

12. Що розуміють під науковою інформацією?

13. Поясніть, чому поняття «інформація» необхідно розглядати в нерозривному зв'язку з двома іншими поняттями – даними і знаннями?

14. Коли інформація перетворюється у знання?

15. Чому соціальна інформація є складним явищем?

16. Які є підходи до класифікації інформації?

17. Що включає особиста, службова, офіційна інформація?

18. Яка відмінність між опублікованою і неопублікованою інформацією? Між первинною і вторинною?

19. Що означає властивість невичерпності інформації?

20. Чому інформація здатна до трансформації?

21. Який смисл вкладається у такі показники якості й одночасно властивостями документованої інформації: релевантність, повнота, корисність, об'єктивність, своєчасність, достовірність, новизна, доступність, захищеність, цінність, ергономічність, адекватність, доступність, актуальність?

22. Що означає знаковий (семіотичний) і семантичний характер інформації?

23. Що таке кумулятивність інформації?

24. Що означає розсіювання інформації?

25. Як простежується старіння інформації?

26. Які властивості інформації відносяться до атрибутивних, динамічних і прагматичних?

27. Як законодавець визначає поняття «інформація»?

28. Схарактеризуйте види інформації, визначені Законом України «Про інформацію».

29. Яка інформація є відкритою за режимом доступу?

30. Які види інформації відносяться до інформації з обмеженим доступом?

31. Які відомості не можуть бути віднесені до інформації з обмеженим доступом?
32. Які види інформації відносяться до правової інформації?
33. Як законодавець визначає поняття «інформаційні ресурси»?
34. Як дослідники визначають категорію «інформаційні ресурси» з позицій теорії управління?
35. Схарактеризуйте основні класифікації інформаційних ресурсів.
36. Що відносять до електронних інформаційних ресурсів?
37. Як визначаються національні архівні інформаційні ресурси?
38. Яка діяльність визнається інформаційною?
39. Як трактує інформаційну діяльність законодавець?
40. Які інформаційні процеси включені в інформаційну діяльність?
41. Що відноситься до формальних і неформальних інформаційних процесів?
42. Схарактеризуйте інформаційні процеси у прикладному аспекті в контексті інформаційної діяльності: збирання, обробка, зберігання, пошук, поширення.
43. Як можна трактувати «акумулявання інформації»? «архівування інформації»?
44. Проаналізуйте розбіжності між СВО спеціальності 029 «Інформаційна, бібліотечна та архівна справа» і базовим Законом України «Про інформацію» щодо визначення понять, що стосуються інформаційної діяльності.

## ТЕМА 2. ДЖЕРЕЛА ІНФОРМАЦІЇ

### 2.1 Джерела інформації в системі суб'єктно-об'єктних відносин інформаційної діяльності

Перед тим як характеризувати джерела інформації, зупинимось на ролі інформаційних посередників у комунікаційному процесі. Їх основна суспільна функція – забезпечення інформаційних потреб споживачів. Вона реалізується завдяки професійній діяльності посередників з пошуку, збору, обробки, накопичення інформації та представлення її у зручній для споживача формі. Споживач за рахунок професійної діяльності інформаційного посередника отримує такий інформаційний продукт, який він не зміг би отримати іншим шляхом або мусив би для отримання аналогічного продукту витратити значно більше ресурсів, ніж віддає інформаційному посередникові. Тому економічна доцільність існування інформаційних посередників обумовлена вигодою, яку споживач інформації отримує від їх функціонування. А ефективність діяльності посередників для конкретного споживача визначається економією часу і (або) коштів, що він їх отримує при задоволенні своїх інформаційних потреб за допомогою цього інформаційного посередника.

Слід вважати, що інформаційні посередники в багатьох випадках є формою суспільної організації певних джерел інформації: друкованих і електронних видань, телебачення, Інтернет та ін. Діяльність інформаційних посередників може здійснюватися на комерційній та некомерційній основі. В останньому випадку фінансування діяльності інформаційних посередників забезпечується за рахунок державного чи місцевих бюджетів, позабюджетного фінансування, благодійних фондів тощо.

У системі суб'єктно-об'єктних відносин інформаційної діяльності *джерелом інформації* розуміють будь-який об'єкт, де нагромаджуються повідомлення, дані, що в подальшому використовуються суб'єктами інформаційних відносин (державними організаціями, посадовими та юридичними особами, громадянами), впливають на їхню поведінку.

У практичному аспекті джерело інформації часто розглядається як єдине ціле з відправником інформації і каналом зв'язку. У системі комунікацій відправник повідомлень розглядається як першоджерело інформації, а отримувач повідомлень – як її кінцевий споживач. В реальному житті при розгляді місця джерел інформації в системі суб'єктно-об'єктних відносин інформаційної діяльності комунікативні зв'язки між початковим виробником

повідомлення і його кінцевим споживачем опосередковані зусиллями цілої низки суб'єктів-ретрансляторів, так званих *інформаційних посередників*.

*Інформаційні посередники* – це суб'єкти або організації, які сприяють доступу до інформації, збирають, обробляють, систематизують і надають її користувачам. Вони виконують роль «посередників» між джерелами інформації та кінцевими споживачами, допомагаючи оптимізувати процес пошуку, отримання, аналізу й використання інформації. Інформаційні посередники особливо актуальні в умовах інформаційного суспільства, де кількість даних постійно зростає і з'являється потреба у доступі до них.

Для конкретного споживача такі посередники можуть відігравати роль відправника повідомлень, слугувати джерелом інформації. Таке ставлення споживача цілком закономірне, оскільки досить часто інформаційний посередник виступає не лише ретранслятором повідомлень, а й надають споживачеві певні інформаційні послуги. Дуже часто інформаційний посередник опрацьовує зібрані ним повідомлення, виробляючи з них для споживача якісно новий інформаційний продукт. Ступінь такої переробки може коливатись у досить широких межах: від порівняно простого компонування повідомлень інформаційних агентств у друкованих або електронних ЗМІ до глибокого аналізу та синтезу різноманітних матеріалів у процесі надання клієнтові консультаційних послуг і підготовки професійними консультантами підсумкового звіту щодо виконуваної ними роботи. Внесок інформаційних посередників у створення нового інформаційного продукту, а також вплив посередників на можливу трансформацію змісту первинного повідомлення в цих випадках буде коливатись у досить широких межах.

Але в будь-якому разі суть і функції інформаційного посередництва залишатимуться незмінними. Його можна розглядати і як *інституціональну форму організації джерел інформації*, оскільки для отримання зовнішньої інформації споживач дуже часто вдається до послуг тих чи інших інституцій, які, збираючи і переробляючи повідомлення, подають їх у формі різних джерел інформації: періодичних видань, телевізійних новин, консультаційних послуг тощо. Тому цілком закономірно, що аналіз різних джерел інформації доцільно здійснювати, враховуючи механізми функціонування відповідних інформаційних посередників.

Насамперед слід розглядати зовнішні джерела інформації, тобто такі, що несуть суб'єкту (організації) інформацію ззовні. У процесі її переробки суб'єкт (організація) створює нову, вже внутрішню інформацію. Вона призначена як для

суто власного споживання, так і для товарно-грошового, інформаційного та іншого обміну з партнерами організації.

В ідеальному варіанті інформаційний посередник у комунікаційному процесі виконує суто технічні функції і не повинен впливати на ступінь достовірності повідомлень. У реальному житті далеко не поодинокі випадки, коли діяльність інформаційних посередників впливає на ступінь достовірності повідомлень. До того ж вплив цей може мати не лише ненавмисний, випадковий характер, а й бути заздалегідь спланованим.

Чи не *найдавнішою організаційною формою інформаційного посередництва є бібліотеки*. Традиції бібліотечної справи сягають своїм корінням у древню історію. З цього приводу досить згадати славнозвісну Олександрійську бібліотеку. Майже тисячолітню історію налічує бібліотечна справа в нашій країні. Перша в Київській Русі бібліотека була створена Ярославом Мудрим.

Основна суспільна функція бібліотек полягає в накопиченні документованої інформації з якомога більшої сфери людських знань і надання їх споживачам без викривлення змісту інформації. З цією метою використовуються принаймні два види каталогів, один з яких алфавітний, а другий, котрий групує літературу за змістом, – систематичний, або предметний.

Провідне місце в системі каталогів займає алфавітний. За ним можна встановити, які твори того чи іншого автора є в бібліотеці, та наявність певної книги, автор чи назва якої відомі. Картки алфавітного каталогу розставлені за першим словом бібліографічного опису книги: прізвищем автора або назвою книги, яка не має автора. Якщо перші слова збігаються, картки розставляються за другим словом, при збігові других слів – за третім і т. д.

У систематичному каталозі картки згруповані в логічному порядку за окремими галузями знань. З його допомогою можна з'ясувати, за якими галузями знань та які саме твори є в бібліотеці, підібрати потрібну літературу, а також встановити автора й назву книги, якщо відома її тематика. Послідовність розташування карток систематичного каталогу завжди відповідає певній бібліографічній класифікації.

Великі публічні бібліотеки, що мають доступ до Інтернету, незамінні як інформаційні посередники при розв'язанні нових складних завдань. Адже такі завдання, як правило, потребують багато нової для даного суб'єкта інформації. Оскільки проблема нова для суб'єкта, то в масиві інформаційних ресурсів, які він спочатку має у своєму розпорядженні, нерідко відчувається брак відповідної інформації. До того ж на початковому етапі не завжди ясно, які саме конкретні джерела інформації необхідні для вирішення завдання. За таких умов саме

публічні, перш за все наукові бібліотеки є найзручнішим інформаційним посередником, що володіє не лише великим масивом різноманітних джерел інформації, а й кваліфікованими працівниками відповідних підрозділів бібліотеки та відповідною інфраструктурою для обслуговування користувачів. Поєднання перелічених компонентів створює притаманну великим публічним, особливо науковим, бібліотекам здатність до задоволення складних інформаційних потреб висококваліфікованих споживачів. До того ж саме від уміння споживачів оптимально використати потенціал кожного з перелічених вище компонентів і потенціал бібліотеки в цілому залежить ступінь задоволення їх інформаційних потреб.

Протягом усього історичного розвитку бібліотек, особливо публічних, їх основна суспільна функція залишалася незмінною. Змінювалися носії інформації, технології їх обробки та зберігання, обсяги та структура знань, що зберігались у задокументованій формі. Все це обумовлювало зміни в бібліотечній справі й нові форми реалізації основної функції бібліотек.

При цьому бібліотеки, як форма інформаційного посередництва, залишалися нейтральними щодо змісту наданої інформації. Ті споживачі, які мали право доступу до відповідних фондів, повинні були отримати повідомлення у невикривленій формі відповідно до своїх запитів. Ті ж суб'єкти, що не мали такого права доступу, відповідну інформацію у бібліотеці просто не отримували. Але в будь-якому випадку корекція змісту наданих повідомлень у бібліотечній справі не допускається. Останнє не треба плутати з правом доступу до бібліотечних фондів, що регламентується відповідними правовими нормами, в тому числі і в демократичному суспільстві. Адже, наприклад, далеко не всіма матеріалами Дослідницької Служби Бібліотеки Конгресу США на момент їх підготовки дозволено користуватися широкому загалу. Правом обмеженого доступу характеризуються непублічні бібліотеки (відомчі, комерційних підприємств тощо). Існують й інші інформаційні посередники, для яких свідоме викривлення наданої споживачам інформації в принципі неприпустиме, незважаючи на обмежений доступ до самої інформації.

Бібліотека – один із соціальних інститутів, закликаний зберігати і сприяти використанню різноманітних документів у всі часи: від глиняних табличок, сувоїв, книг, газет, журналів, електронних носіїв, кінофільмів і т. д. Серед науковців загальноновизнаною є модель 4-елементної системи бібліотеки Юрія Столярова (див. рис. 2.1), яка унаочнює, яким чином здійснюється документна комунікація: «хто? – що? – кому? – за допомогою чого?», в якій використано наступні поняття:



БФ – бібліотечний фонд, що складається з бібліотечних документів (бД);

КП – контингент користувачів;

БП – бібліотечний персонал;

МТБ – матеріально-технічна база (за допомогою якої забезпечується збереженість і використання документів).

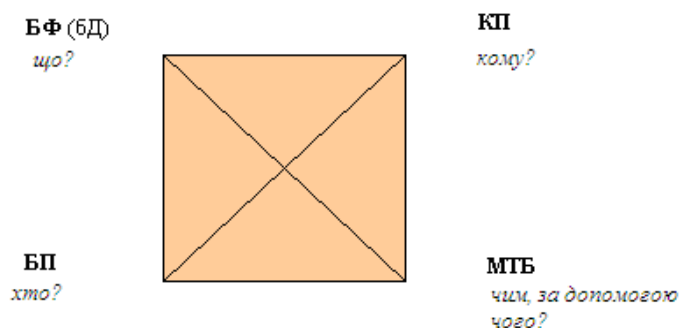


Рисунок 2.1 – Модель системи «бібліотека»

Інтегративна властивість системи «бібліотека» – комунікація (як доставка, можливість використання) бібліотечного документа (тобто документа, який зберігають і використовують на даний час в бібліотеках і яким зручно користуватися) контингенту користувачів бібліотеки (бД – КП).

Розглянемо інший соціальний інститут – архів, який теж відноситься до моделі якого також можна уявити у вигляді 4-елементної системи (див. рис. 2.2), в якій:

рД – ретроспективний (архівний) документ;

аКП – контингент користувачів архіву;

АП – персонал архіву;

МТБа – МТБ архіву.

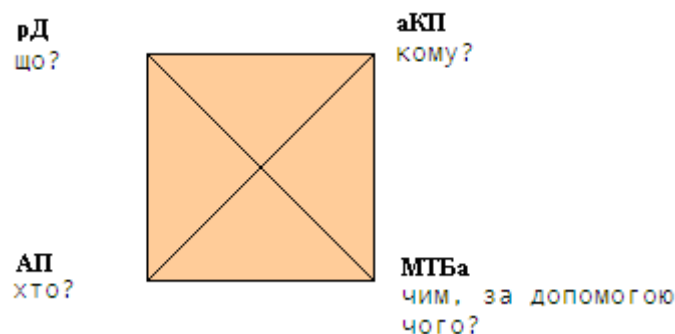


Рисунок 2.2 – Модель системи «архів»

Інтегративна властивість системи «архів» – комунікація архівного документа (ретродокумента, що вийшов з використання, але має історичну цінність) контингенту користувачів архіву (рД – аКП). Під комунікацією тут розуміється також шлях, доставка документа користувачу.

До *інформаційних посередників* також слід віднести:

– інформаційні агентства – займаються збором і поширення новин та інформації для медіа, бізнесу, урядових і неурядових організацій. Вони є основними постачальниками новинних матеріалів і даних для журналістів, ЗМІ та компаній. Приклади: Reuters, Associated Press, Українське інформаційне агентство «Укрінформ»;

– консалтингові та аналітичні компанії – займаються збором, аналізом та інтерпретацією даних для бізнесу, державного управління та інших галузей. Вони проводять аналітичні дослідження, надають прогнози і допомагають приймати рішення. Приклади: McKinsey & Company, Boston Consulting Group, Gartner, Deloitte;

– маркетингові та соціологічні агентства – збирають інформацію про ринки, споживачів та соціальні тенденції. Вони проводять опитування, дослідження, анкетування для отримання статистичних і аналітичних даних. Приклади: Nielsen, Gallup, GfK, Київський міжнародний інститут соціології;

– засоби масової інформації (ЗМІ) – виконують роль посередників, інформуючи суспільство про події, новини та інші важливі аспекти життя. Вони охоплюють як традиційні медіа (газети, радіо, телебачення), так і новітні електронні медіа (онлайн-новини, YouTube-канали);

– інформаційні центри та довідкові служби – надають довідкову інформацію на запити користувачів. Вони збирають та узагальнюють інформацію з різних джерел, допомагаючи швидко знайти відповіді на конкретні питання. Приклади: інформаційні центри при бібліотеках, довідкові служби великих компаній;

– аналітичні центри та «мозкові центри» (Think Tanks) – спеціалізуються на дослідженнях та аналізі стратегічних питань. Вони пропонують рекомендації для урядів, бізнесу та громадських організацій з питань економіки, політики, соціальної сфери. Приклади: RAND Corporation, Brookings Institution, Центр Разумкова.

Для задоволення своїх інформаційних потреб суб'єкти інформаційної діяльності використовують різноманітні джерела інформації. А оскільки поняття «джерело інформації» вживається надзвичайно широко, то, щоб уникнути ускладнень у роботі, інформаційному фахівцю треба добре розуміти, яке змістове навантаження несе цей термін у кожному конкретному випадку.

Під *джерелом інформації* будемо вважати ресурс або носій, з якого отримують факти, дані чи знання. Воно може бути письмовим, візуальним, аудіо або цифровим. Джерела інформації використовуються для збору та

підтвердження фактів, дослідження різних тем, розширення знань або прийняття рішень.

До джерел інформації відносять різноманітні друковані джерела: книги, журнали, газети, довідники; цифрові джерела: вебсайти, бази даних, електронні книги, онлайн-журнали; аудіовізуальні джерела: фільми, документальні програми, записи лекцій; нормативні і офіційні джерела: звіти, закони, статистика; особисті джерела: інтерв'ю, свідчення очевидців та ін.

Але в ЗМІ, у практиці професійної інформаційної діяльності, у повсякденному житті можна натрапити на формулювання на кшталт: «наше джерело інформації у (назва організації, професійної групи тощо), що побажало залишитись невідомим (неназваним), повідомило...» і далі йде зміст самого повідомлення. На практиці в поняття «джерела інформації» входять, наприклад, чутки, різні приватні повідомлення, незафіксовані на якихось матеріальних носіях. До того ж ці не передбачені законом, але фактично функціонуючі джерела інформації можуть суттєво впливати на ту чи іншу конкретну ситуацію.

Досить часто джерело інформації асоціюється з відправником інформації. Часто в поняття «джерело інформації» де-факто включається канал зв'язку. Фактичне значення цього терміна значно ширше, ніж юридичне.

Класифікація джерел інформації може бути різною залежно від мети використання, типу інформації, її форми, а також надійності та доступності. Нижче наведено кілька основних класифікаційних підходів для розуміння *типів інформаційних джерел* (таблиця 2.1).

Таблиця 2.1 – Типи інформаційних джерел

Ознака класифікації	Типи інформаційних джерел
За типом носія інформації	<ul style="list-style-type: none"><li>– письмові джерела: книги, журнали, газети, звіти, наукові статті, технічна документація, довідники;</li><li>– електронні джерела: вебсайти, електронні книги, блоги, бази даних, електронні документи;</li><li>– аудіовізуальні джерела: відео (документальні фільми, навчальні матеріали), аудіо (подкасти, інтерв'ю, радіопередачі);</li><li>– усні джерела: інтерв'ю, свідчення очевидців, лекції, семінари.</li></ul>
За рівнем доступності	<ul style="list-style-type: none"><li>– публічні (відкриті) джерела: джерела, доступ до яких має необмежене коло осіб. Наприклад, відкриті вебсайти, публічні бібліотеки, ЗМІ;</li><li>– обмежені (закриті) джерела: джерела з обмеженим доступом, що можуть бути доступні лише певним групам осіб, наприклад, корпоративні документи, службова інформація, закриті наукові бази даних;</li></ul>

Ознака класифікації	Типи інформаційних джерел
	<ul style="list-style-type: none"> <li>– конфіденційні джерела: інформація, що має обмежений доступ через конфіденційний або таємний характер. Наприклад, державна таємниця, дані про приватних осіб або фінансові звіти компаній.</li> </ul>
За стадією оброблення інформації	<ul style="list-style-type: none"> <li>– первинні джерела: оригінальні матеріали, створені безпосередньо учасниками подій або авторами досліджень, такі як експериментальні дані, звіти, архівні документи, свідчення очевидців;</li> <li>– вторинні джерела: матеріали, що аналізують або інтерпретують первинні дані. Наприклад, наукові огляди, книги, статті, в яких використані інші джерела для створення нових узагальнень та висновків;</li> <li>– третинні джерела: джерела, що систематизують і узагальнюють інформацію з первинних та вторинних джерел, наприклад, енциклопедії, словники, каталоги.</li> </ul>
За тематикою або сферою використання	<ul style="list-style-type: none"> <li>– наукові джерела: результати досліджень, наукові статті, монографії, конференційні матеріали. Використовуються для вивчення та аналізу наукових питань;</li> <li>– новинні джерела: ЗМІ, новинні портали, прес-релізи. Використовуються для ознайомлення з актуальними подіями та новинами;</li> <li>– статистичні джерела: державні статистичні агентства, опитування, дослідження ринку. Використовуються для збору даних і статистичного аналізу;</li> <li>– довідкові джерела: енциклопедії, словники, довідники, що використовуються для отримання узагальненої інформації на конкретні теми;</li> <li>– юридичні джерела: закони, постанови, судові рішення, юридичні довідники, що використовуються для правового аналізу.</li> </ul>
За способом подання інформації	<ul style="list-style-type: none"> <li>– текстові джерела: містять інформацію у вигляді тексту, наприклад, книги, статті, документи;</li> <li>– графічні джерела: інформація подана у вигляді графіків, діаграм, схем, карт, що візуально відображають дані;</li> <li>– числові джерела: містять числову інформацію, наприклад, статистичні дані, фінансові звіти, економічні показники;</li> <li>– мультимедійні джерела: поєднують текст, зображення, аудіо та відео, наприклад, відеоуроки, інфографіка, анімації.</li> </ul>
За походженням	<ul style="list-style-type: none"> <li>– офіційні джерела: документи та дані, які створюються організаціями, урядовими установами, міжнародними організаціями з метою офіційної звітності або інформаційного забезпечення. Наприклад, звіти ООН, урядові документи;</li> <li>– неофіційні джерела: інформація, яка надається без офіційного статусу, наприклад, блогові записи, особисті вебсайти, публікації у соціальних мережах.</li> </ul>

Ознака класифікації	Типи інформаційних джерел
За характером доступу та структурою	<ul style="list-style-type: none"> <li>– бази даних: організовані колекції даних, що зберігаються електронним шляхом, наприклад, наукові бази даних Scopus, Web of Science, статистичні бази даних, такі як Statista;</li> <li>– архіви: колекції документів, які зберігаються для довгострокового збереження та подальшого використання, наприклад, державні архіви, архіви ЗМІ;</li> <li>– каталоги та довідники: систематизовані збірки інформації для швидкого пошуку, наприклад, каталоги бібліотек, довідники по фахових темах.</li> </ul>

Джерела інформації можуть мати і просту, і досить складну структуру. Наприклад, презентація фірми на виставці як засобу інформування її відвідувачів виставки та залучення потенційних клієнтів, передбачає використання її співробітниками друкованих джерел, аудіо- та відеоінформації, усних і письмових консультацій тощо в єдиному комплексі. Причому виставки, що інтегрують різноманітний набір більш простих джерел, виступають як якісно нове джерело інформації і з позиції відправника, і з точки зору отримувача інформації.

## 2.2 Джерела видів інформації

### 2.2.1 Джерела інформації про фізичну особу

Існує кілька типів джерел, які можуть надавати інформацію про фізичну особу. Важливо зазначити, що доступ до особистої інформації повинен регулюватися відповідними законами про захист персональних даних, і використовувати такі дані можна лише в межах правового поля. Нижче наведено основні джерела інформації про фізичну особу (таблиця 2.2).

Таблиця 2.2 – Типи джерел про фізичну особу

Назва джерела	Характеристика джерела
1. Офіційні державні реєстри	<p>Реєстри актів цивільного стану: містять інформацію про народження, шлюб, розлучення, смерть тощо.</p> <p>Єдиний державний демографічний реєстр: зберігає дані про посвідчення особи (наприклад, паспорти, ID-картки).</p> <p>Реєстри платників податків: наприклад, податковий номер або дані про сплату податків.</p> <p>Реєстр виборців: містить дані про громадян, які мають право голосу.</p> <p>Реєстр судових рішень: містить інформацію про судові справи, які стосуються певної особи.</p> <p>Реєстр юридичних осіб та фізичних осіб-підприємців: надає інформацію про підприємницьку діяльність фізичних осіб.</p>

	Реєстр майнових прав на нерухомість: містить інформацію про власність, земельні ділянки та іншу нерухомість.
2. Банківські установи	Банки мають дані про своїх клієнтів, включаючи інформацію про фінансові операції, рахунки, кредити тощо. Зазвичай доступ до такої інформації суворо обмежений законом і надається лише уповноваженим органам за необхідності.
3. Соціальні мережі та інтернет-профілі	Інформація, якою особа поділилася в соціальних мережах (Facebook, LinkedIn, Instagram, Twitter тощо), може містити багато відомостей: місце проживання, робота, інтереси, коло спілкування тощо. Інформація з соціальних мереж може бути доступною публічно або частково захищеною налаштуваннями конфіденційності.
4. Інтернет-платформи та бази даних	Різні онлайн-платформи, на яких люди створюють акаунти, можуть зберігати персональні дані: контактну інформацію, місце проживання, професійні навички. Платформи для професійного нетворкінгу, такі як LinkedIn, надають інформацію про кар'єрний шлях, місця роботи, професійні досягнення.
5. Публічні та новинні джерела	Статті в ЗМІ, прес-релізи, публікації у блогах і на новинних сайтах можуть містити інформацію про фізичну особу, особливо якщо вона публічна особа або брала участь у суспільно важливих подіях.
6. Аналітичні компанії та маркетингові агенції	Деякі компанії спеціалізуються на зборі та аналізі даних про споживачів для маркетингових цілей. Вони можуть збирати інформацію з різних джерел для створення профілю особи або групи осіб (соціально-демографічні характеристики, інтереси, поведінка в мережі тощо). Доступ до цієї інформації може обмежуватися, а її збирання регулюється законами про захист персональних даних.
7. Місця роботи та навчання	Роботодавці та навчальні заклади мають у своєму розпорядженні персональні дані своїх співробітників та студентів, зокрема особисті дані, контакти, інформацію про кваліфікацію, професійні досягнення. Ці дані є конфіденційними та можуть надаватися тільки за згодою особи або відповідно до законодавства.
8. Судові та правоохоронні органи	Дані про фізичну особу можуть міститися у матеріалах судових справ, розслідуваннях або в інших документах, які зберігаються в правоохоронних органах. Доступ до таких даних є обмеженим і регулюється законодавством.
9. Медичні установи	Медичні установи мають інформацію про здоров'я, історію хвороб, медичні обстеження тощо. Ці дані захищені законами про медичну конфіденційність. Доступ до таких даних можуть мати лише медичні працівники та сама особа.

10. Освітні та кваліфікаційні установи	Установи освіти та професійної підготовки можуть надавати інформацію про рівень освіти, кваліфікації, сертифікати та дипломи. Ці дані можуть бути доступними за запитом особи або її роботодавця, якщо це передбачено законодавством.
11. Відкриті джерела даних (Open Data)	Відкриті джерела даних можуть містити знеособлену статистичну інформацію про фізичних осіб, зібрану різними органами. Наприклад, дані про демографічні показники або загальні соціально-економічні показники.

При використанні інформації про фізичних осіб важливо дотримуватися законодавства про захист персональних даних. Наприклад, в Україні діє Закон «Про захист персональних даних», в ЄС – Загальний регламент про захист даних (GDPR). Ці законодавчі акти регулюють процес збирання, зберігання, використання та розповсюдження особистої інформації.

### 2.2.2 Джерела інформації довідково-енциклопедичного характеру

Джерела інформації довідково-енциклопедичного характеру – це видання і ресурси, які містять систематизовану та узагальнену інформацію з різних галузей знань. Вони призначені для швидкого отримання достовірних фактів, визначень, описів та оглядових відомостей. Такі джерела є важливими у навчанні, наукових дослідженнях та повсякденному використанні, допомагаючи швидко знаходити потрібну інформацію.

Основні типи довідково-енциклопедичних джерел:

- енциклопедії – це довідкові видання, які містять загальні відомості з усіх або окремих галузей знань. Вони охоплюють широке коло тем і надають вичерпну, але стислу інформацію про різноманітні об’єкти, явища, події, персоналії тощо. Приклади: «Велика українська енциклопедія», «Енциклопедія Британніка» (Encyclopaedia Britannica), «Вікіпедія» (Wikipedia);

- довідники – містять систематизовану інформацію з конкретних тем або галузей. Вони часто використовуються для отримання детальних фактів, нормативних даних, стандартів, практичних відомостей. Приклади: Довідник з хімії, медичний довідник, статистичний довідник України, правовий довідник;

- словники – надають інформацію про значення слів, їх написання, вимову, походження, граматичні та стилістичні особливості. Словники бувають загальні (тлумачні) і спеціалізовані (філософські, медичні, технічні). Приклади: «Словник української мови», «Оксфордський англійський словник» (Oxford English Dictionary), тлумачні, орфографічні та термінологічні словники;

- атласи та карти – надають географічну, історичну, екологічну інформацію у вигляді карт, діаграм та ілюстрацій. Вони використовуються для вивчення

географічного розташування, природних ресурсів, клімату, економічного розвитку тощо. Приклади: «Атлас світу», географічні карти, історичні атласи;

– довідкові онлайн-ресурси – онлайн-ресурси є цифровими версіями енциклопедій, словників, довідників і спеціалізованих баз даних. Вони часто оновлюються і надають швидкий доступ до найновішої інформації. Приклади: Wikipedia, Britannica Online, Internet Movie Database (IMDb), Google Scholar;

– бази даних та цифрові бібліотеки – електронні ресурси, які містять наукові статті, монографії, дисертації, навчальні матеріали, а також спеціалізовані тематичні бази даних. Приклади: JSTOR, Google Scholar, Національна бібліотека України ім. Вернадського, Europeana;

– каталоги – надають інформацію про структуру та вміст бібліотек, архівів, музеїв. Вони дозволяють знайти необхідні книги, документи або музейні експонати за певними критеріями (назва, автор, тема). Приклади: бібліотечні каталоги, каталоги архівних фондів, музейні каталоги;

– хронології та календарі – містять інформацію про події в хронологічному порядку, що дозволяє простежити історичні процеси. Календарі можуть надавати відомості про пам'ятні дати, події, народні звичаї, релігійні свята. Приклади: Хронологія світової історії, український календар свят, хронології наукових досягнень;

– біографічні словники та енциклопедії – видання, які містять інформацію про життя та діяльність відомих людей – історичних постатей, учених, діячів культури, політиків. Приклади: «Український біографічний словник», «Велика російська біографічна енциклопедія»;

– альманахи та щорічники – це періодичні довідкові видання, які містять інформацію про події, досягнення, результати досліджень за певний рік. Вони охоплюють різноманітні сфери – науку, техніку, політику, культуру. Приклади: «Щорічник української книги», наукові альманахи з хімії, медицини, історії.

Отже, джерела довідково-енциклопедичного характеру є важливими інструментами для швидкого пошуку достовірної інформації. Вони використовуються науковцями, студентами, професіоналами різних галузей та всіма, хто прагне швидко отримати перевірені відомості про ті чи інші об'єкти або явища.

### **2.2.3 Джерела інформації про стан довкілля (екологічна інформація)**

Джерела інформації про стан довкілля (екологічна інформація) охоплюють різноманітні засоби та ресурси, які надають дані щодо якості навколишнього середовища, природних ресурсів, рівня забруднення та екологічної ситуації в



певних регіонах. Ця інформація є важливою для моніторингу екологічної ситуації, прогнозування можливих змін, а також для прийняття обґрунтованих рішень у сфері охорони довкілля.

Основні джерела екологічної інформації:

– державні органи та агентства – державні організації, що займаються охороною навколишнього середовища, природними ресурсами, надають регулярні звіти та статистику про стан довкілля. У багатьох країнах такі органи надають відкритий доступ до даних. Приклади: Міністерство захисту довкілля та природних ресурсів України, Державна екологічна інспекція України, Агентство з охорони довкілля США (EPA), Європейське агентство з навколишнього середовища (EEA);

– спеціалізовані екологічні організації та фонди – недержавні організації, які займаються екологічними дослідженнями, моніторингом та захистом довкілля, також надають багато важливої інформації, зокрема в галузі охорони природних ресурсів, дослідження біорізноманіття, захисту клімату тощо. Приклади: Всесвітній фонд природи (WWF), Грінпіс (Greenpeace), Міжнародний союз охорони природи (IUCN);

– національні та міжнародні програми моніторингу довкілля: багато країн беруть участь у міжнародних програмах, що проводять регулярний моніторинг та дослідження навколишнього середовища, таких як стан води, повітря, ґрунтів, рівень радіації, зміни клімату. Приклади: Програма ООН з навколишнього середовища (UNEP), Глобальна система моніторингу навколишнього середовища (GEMS), Міжурядова група експертів зі зміни клімату (IPCC);

– супутникові системи та дистанційне зондування Землі – дозволяють отримувати інформацію про стан атмосфери, клімат, рівень води, рослинний покрив, урбанізацію, зміни ландшафту тощо. Приклади: NASA Earth Observatory, Європейська система моніторингу навколишнього середовища Copernicus, супутникова система Sentinel;

– метеорологічні служби: метеорологічні станції та служби здійснюють постійний моніторинг погодних умов, кліматичних змін, а також рівня забруднення повітря та інших екологічних факторів. Приклади: Український гідрометеорологічний центр, Національне управління океанічних і атмосферних досліджень США (NOAA), Міжнародна метеорологічна організація (WMO);

– наукові установи та дослідницькі інститути: університети, академії наук та спеціалізовані дослідницькі інститути проводять наукові дослідження у галузі екології та екологічної безпеки. Результати досліджень публікуються у наукових

журналах та звітах. Приклади: Інститут екології Карпат НАН України, Інститут проблем екології та енергозбереження НАН України;

– бази даних та цифрові інформаційні платформи: існують численні бази даних, які містять статистичні дані про стан довкілля, зокрема про рівень забруднення, зміну клімату, якість води, біорізноманіття. Приклади: Європейська інформаційна система про біорізноманіття (BISE), Global Biodiversity Information Facility (GBIF), World Bank Data (дані Світового банку);

– ЗМІ: новинні агентства та спеціалізовані видання часто публікують статті та аналітичні матеріали на екологічні теми, що охоплюють місцеві та глобальні екологічні проблеми, актуальні події. Приклади: National Geographic, BBC News (екологічний розділ), The Guardian (екологічний розділ);

– екологічні портали та сайти: вебсайти, присвячені екологічним питанням, надають широкий спектр інформації про стан довкілля, охорону природи, зміну клімату, екологічні проекти та ініціативи. Приклади: EcoInform, Ecotown, ресурс UNEP (Програма ООН з навколишнього середовища);

– громадські ініціативи та волонтерські проекти: учасники громадських організацій, волонтери часто здійснюють незалежний моніторинг екологічних проблем, проводять опитування, збирають дані та організовують природоохоронні заходи. Приклади: моніторинг забруднення повітря волонтерами, акції з очищення водойм та збереження біорізноманіття.

Отже, джерела інформації про стан довкілля відіграють важливу роль у збереженні екологічної рівноваги та допомагають приймати обґрунтовані рішення у сфері екології. Екологічна інформація є корисною не лише для науковців та державних службовців, але й для громадськості, оскільки знання про екологічні проблеми сприяє підвищенню екологічної свідомості та відповідальності.

#### **2.2.4 Джерела інформації про товар (роботу, послугу)**

Джерела інформації про товар, роботу або послугу – це ресурси, які містять дані про характеристики, переваги, недоліки, ціну, умови придбання, гарантійне обслуговування та інші аспекти, що важливі для прийняття рішень споживачем. Доступ до такої інформації дозволяє потенційним покупцям або клієнтам оцінити, наскільки певний товар або послуга відповідає їхнім потребам і вимогам.

Основні джерела інформації про товар, роботу або послугу:

– офіційні сайти виробників або постачальників. На офіційних вебсайтах виробників або постачальників часто розміщується детальна інформація про

товари та послуги, включно з технічними характеристиками, описами, умовами гарантії, інструкціями з експлуатації та можливістю зв'язатися з представниками компанії. Приклади: сайт Apple для отримання інформації про iPhone, сайт автосалону для перегляду характеристик автомобілів;

– інтернет-магазини та маркетплейси (електронні торгові майданчики). В інтернет-магазинах можна знайти детальний опис товарів, ціну, відгуки покупців, рейтинг товару, а також інформацію про наявність, доставку та можливість повернення. Маркетплейси часто порівнюють різні варіанти товарів і пропозиції різних продавців. Приклади: Amazon, Rozetka, OLX;

– відгуки та огляди споживачів. Відгуки інших споживачів, розміщені на сайтах, у соціальних мережах, на форумах або спеціалізованих платформах, надають уявлення про реальний досвід використання товару або послуги, їхні переваги та недоліки. Приклади: Google Reviews, Trustpilot, відгуки в соціальних мережах (Facebook, Instagram);

– огляди експертів та порівняння товарів. Експертні огляди, що публікуються у спеціалізованих виданнях або на відповідних сайтах, надають професійний аналіз характеристик і продуктивності товарів. Експерти часто порівнюють кілька моделей або брендів, роблячи висновки про їхні особливості. Приклади: огляди техніки на CNET, Digital Trends, порівняння смартфонів на GSM Arena;

– соціальні мережі та інфлюенсери (особи, які мають вплив на інших). Інфлюенсери, блогери, експерти з певної галузі публікують огляди товарів та послуг, часто з демонстрацією використання в реальному житті. У соціальних мережах можна отримати безпосередні враження про продукт, а також поставити запитання або дізнатися думку інших підписників. Приклади: огляди косметики на YouTube, пости в Instagram про ресторани або туристичні послуги;

– каталоги та рекламні буклети. Компанії часто розповсюджують друковані та електронні каталоги з описом продукції, де зазначають основні характеристики, ціни, акційні пропозиції, а також деталі про умови придбання та доставки;

– виставки, ярмарки та демонстраційні заходи. Виставки та ярмарки є майданчиками, де виробники та продавці демонструють свої товари, проводять презентації, надають консультації. Це дозволяє особисто ознайомитися з товарами та отримати інформацію від представників компанії. Приклади: щорічні автомобільні виставки, ярмарки будівельних матеріалів, виставки побутової техніки;

– бази даних та онлайн-платформи з порівнянням товарів. Існують спеціалізовані вебсайти, що збирають інформацію про різні товари та дозволяють порівнювати їхні характеристики, ціни, відгуки. Це полегшує вибір оптимального варіанту. Приклади: Price.ua, Hotline.ua, Compare.ua;

– публікації у спеціалізованих журналах і ЗМІ. Спеціалізовані видання часто публікують статті, що охоплюють різні аспекти товарів та послуг, зокрема новинки ринку, технологічні тенденції, дослідження споживчих переваг, поради щодо вибору. Приклади: журнали «Forbes» для аналізу ринку, «Auto Bild» для автомобілів, «Consumer Reports» для побутової техніки;

– офлайн-магазини та консультації з продавцями. У магазинах можна отримати інформацію про товар безпосередньо у консультантів, а також побачити і оцінити товар наживо, спробувати його роботу, перевірити якість;

– служби підтримки клієнтів та гарячі лінії. Багато компаній надають контактну інформацію для зв'язку з представниками, які можуть відповісти на запитання щодо продукції, умов гарантії, можливості повернення або обміну товару;

– сертифікати якості та результати тестування. Сертифікати та результати незалежних тестів або лабораторних випробувань можуть надати об'єктивну інформацію про якість і безпечність товару. Вони можуть бути доступні на сайтах виробників або незалежних організацій. Приклади: сертифікати ISO, результати тестування товарів на якість (наприклад, TÜV).

Отже, різноманіття джерел інформації про товари, роботи та послуги дозволяє споживачам отримувати комплексну інформацію, аналізувати її з різних точок зору, що сприяє більш усвідомленому та обґрунтованому вибору. Така інформація допомагає уникати непорозумінь і дає змогу оцінити товар чи послугу з урахуванням індивідуальних потреб та вподобань.

### **2.2.5 Джерела науково-технічної інформації**

Джерела науково-технічної інформації (НТІ) – це ресурси, які містять знання та відомості про досягнення науки, технології та техніки. Ця інформація є критичною для розвитку наукових досліджень, інноваційних технологій, промислового виробництва та підвищення ефективності виробничих процесів. Вона використовується науковцями, інженерами, аналітиками, дослідниками, а також працівниками в галузі промисловості та освіти.

Основні джерела НТІ:

– наукові журнали та періодичні видання. Наукові журнали публікують результати досліджень, огляди, експериментальні дані та аналітичні матеріали у

різних галузях знань. Вони є одним з основних джерел для поширення наукових досягнень і розвитку технологій;

– патенти та патентні бази даних. Патенти містять інформацію про нові технології, винаходи та технічні рішення. Патентні бази даних є цінним джерелом інформації про сучасні досягнення у науці та техніці. Приклади: Європейська патентна база (EPO), американська база патентів (USPTO), Український інститут інтелектуальної власності (Укрпатент);

– технічні звіти та дослідницькі роботи. Дослідницькі установи, університети та державні агентства публікують технічні звіти та результати досліджень, які містять детальний аналіз проблем, висновки та пропозиції щодо вирішення технічних задач;

– дисертації та кваліфікаційні роботи. Дисертації містять нові наукові результати, які можуть стати основою для подальших досліджень та розробок. Кваліфікаційні роботи також можуть містити цінну інформацію про дослідження у певних галузях. Приклади: електронні бібліотеки університетів, репозиторії дисертацій, наприклад, Національна бібліотека України імені В. І. Вернадського;

– конференційні матеріали та збірники наукових праць. Конференції та симпозіуми є майданчиком для обміну інформацією між науковцями. Збірники матеріалів конференцій містять статті, презентації та дискусійні матеріали з актуальних наукових і технічних тем;

– електронні бази даних та платформи наукової літератури. Електронні бази даних надають доступ до великих обсягів наукової інформації, включаючи статті, дисертації, патенти та технічні звіти. Вони дозволяють швидко знаходити потрібні джерела за ключовими словами та тематикою. Приклади: Scopus, Web of Science, Google Scholar, PubMed для біомедичних наук;

– державні та міжнародні організації. Державні організації та міжнародні установи, які займаються наукою, дослідженням або технологіями, надають доступ до науково-технічних даних, статистики та аналітики. Приклади: Національна академія наук України, Всесвітня організація інтелектуальної власності (WIPO), Європейське космічне агентство (ESA);

– технічні стандарти та нормативні документи. Стандарти містять інформацію про вимоги до продуктів, процесів та послуг, що сприяє уніфікації та покращенню якості. Нормативні документи містять інформацію про безпеку, екологічні стандарти та технічні регламенти. Приклади: ISO (ISO – це аббревіатура для позначення міжнародних стандартів, яка походить від англійської назви Міжнародної організації зі стандартизації – International Organization for Standardization, або ISO), ДСТУ (національні стандарти

України), ASTM International (міжнародна добровільна організація, що розробляє і видає стандарти для матеріалів, продуктів, систем та послуг);

– книги та монографії. Книги містять детальну інформацію про наукові концепції, технологічні процеси, історію розвитку певної галузі, а також базові теорії. Монографії присвячені конкретним темам, де висвітлюються актуальні досягнення в певній галузі науки. Приклади: підручники з фізики, інженерії, монографії з інформаційного права;

– інтернет-ресурси та відкриті репозиторії. Відкриті репозиторії наукових статей, досліджень та технічних звітів стають все популярнішими. Вони дають вільний доступ до наукових даних, що дозволяє швидко отримувати інформацію навіть без підписки. Приклади деяких основних відкритих репозиторіїв наукових статей, доступних в Україні: Національний репозитарій академічних текстів (NATIR); Електронний архів Національної бібліотеки України ім. В. І. Вернадського (eVernadsky); Електронний архів Київського національного університету імені Тараса Шевченка (KNU Repository); ORCID і ResearchGate: ORCID дозволяє науковцям зберігати свої профілі, публікації та дослідницьку діяльність, а ResearchGate є популярною платформою для обміну науковими статтями, де автори можуть публікувати свої роботи у відкритому доступі;

– вебсайти та блоги наукових установ та дослідників. Багато дослідників та наукових організацій ведуть блоги та вебсайти, на яких вони публікують результати досліджень, новини з наукової галузі, а також обговорення нових відкриттів і технологій;

– інтерв'ю і статті: інтерв'ю досвідчених експертів в певній галузі, які часто діляться своїми думками та оцінками про технологічні новинки, наукові відкриття або перспективи розвитку певних галузей науки;

– науково-дослідні інститути, центри та лабораторії. Вони проводять прикладні та фундаментальні дослідження у різних сферах. Їхні звіти та публікації є цінним джерелом інформації про новітні дослідження і технології. Приклади: Інститут ядерних досліджень НАН України, Інститут космічних досліджень NASA, Український науково-дослідний інститут архівної справи та документознавства (УНДІАСД).

Отже, НТІ надходить з широкого кола джерел, кожне з яких має свої особливості і переваги. Комплексне використання різних джерел дозволяє отримати повну картину щодо розвитку певної галузі науки та техніки, забезпечує науковців, інженерів і дослідників необхідними знаннями та сприяє розвитку інновацій.

## 2.2.6 Джерела податкової інформації

Джерела податкової інформації надають відомості, необхідні для правильного нарахування та сплати податків, а також для забезпечення дотримання податкового законодавства. Ці джерела важливі для податкових органів, платників податків, аудиторів, бухгалтерів та інших фахівців, що працюють з податковими даними. В Україні основними джерелами податкової інформації є офіційні державні установи, законодавчі акти, аналітичні ресурси, спеціалізовані бази даних та засоби масової інформації.

Ось основні джерела податкової інформації:

- нормативно-правові акти та законодавство: у першу чергу. це Податковий кодекс України (ПКУ) – основний документ, який регулює податкову систему України, визначає види податків, ставки, порядок нарахування та сплати податків. До цієї групи відносяться закони України, що впливають на податкове законодавство, наприклад, закони про державний бюджет, про митну справу, про спрощену систему оподаткування тощо; постанови Кабінету Міністрів України, накази Міністерства фінансів, роз'яснення та інші документи, які регулюють специфічні аспекти оподаткування;

- офіційний вебсайт Державної податкової служби України (ДПСУ). ДПСУ публікує актуальну інформацію про податкові ставки, строки подання декларацій, роз'яснення щодо законодавства, новини, інструкції та інші матеріали, пов'язані з оподаткуванням. На сайті також розміщено консультації та рекомендації для платників податків;

- Єдиний державний вебпортал відкритих даних ([data.gov.ua](http://data.gov.ua)). Портал містить відкриті дані, що надаються різними державними органами, включаючи ДПСУ. На ньому можна знайти звіти, статистику щодо податкових надходжень, реєстри, зокрема реєстр платників ПДВ, реєстр неприбуткових організацій тощо;

- аналітичні та аудиторські компанії. Великі консалтингові та аудиторські компанії надають податкові новини, звіти, аналітику змін у податковому законодавстві та практичні рекомендації. Вони публікують аналітичні статті, звіти та дослідження, що можуть бути корисними для бізнесу та професійних податківців;

- податкові консультанти та професійні видання. Спеціалізовані видання та журнали, присвячені бухгалтерії та податкам, такі як «Вісник податкової служби України», «Податковий і бухгалтерський облік», «Дебет-Кредит». Ці видання публікують роз'яснення та поради від експертів щодо застосування податкових норм на практиці. Податкові консультанти можуть також пропонувати

персоналізовані консультації з питань податкового законодавства та оптимізації оподаткування;

- наукові публікації та дослідження. Наукові статті, дисертації та монографії з питань податкового права, економіки та фінансів є важливим джерелом для глибшого розуміння принципів податкової політики та систем оподаткування;

- університети, науково-дослідні інститути та економічні видання, наприклад, «Фінанси України», часто публікують дослідження на податкові теми;

- електронні інформаційні ресурси та бази даних. Онлайн-системи, такі як ЛІГА:ЗАКОН, YouControl, Опендатабот, надають доступ до актуальної інформації про податкове законодавство, зміни, аналітику, звіти. Ці платформи дозволяють отримувати доступ до нормативної бази, перевіряти контрагентів, аналізувати фінансовий стан підприємств, зокрема податкові заборгованості;

- офіційні звіти та статистичні дані. Державна служба статистики України публікує статистичні звіти щодо економічних показників, що також включає дані про податкові надходження та структуру оподаткування. Звіти Державної казначейської служби України та Міністерства фінансів України про надходження до бюджету дозволяють відстежувати податкові надходження та бюджетне планування;

- міжнародні організації та їхні публікації. Міжнародний валютний фонд (МВФ), Світовий банк, Організація економічного співробітництва та розвитку (ОЕСР) публікують звіти, рекомендації та огляди з питань оподаткування, економічного розвитку та податкових реформ;

- сайти міжнародних та національних економічних і податкових організацій. Сайти, як-от Міжнародна податкова асоціація (IFA), Європейська асоціація податкових консультантів (CFE), а також національні асоціації, публікують аналітичні матеріали, новини та рекомендації з податкових питань;

- вебінари, семінари та конференції з податкової тематики. Податкові органи, а також професійні та освітні організації часто проводять вебінари, семінари та тренінги для платників податків, аудиторів і консультантів. Ці заходи дають змогу отримувати актуальну інформацію про нововведення у податковому законодавстві та практичні поради<sup>4</sup>

- податкові онлайн-форуми та групи у соціальних мережах. Спільноти у Facebook, LinkedIn, спеціалізовані форуми для бухгалтерів, податківців та аудиторів, де фахівці діляться досвідом, роз'яснюють нововведення та



консультують з різних питань. Такі платформи дозволяють отримувати актуальну інформацію та неформальні консультації від колег.

Отже, різноманітність джерел податкової інформації дозволяє платникам податків та фахівцям з оподаткування мати доступ до актуальних даних, роз'яснень та рекомендацій. Використання перевірених та офіційних джерел інформації допомагає уникнути помилок та зменшує податкове навантаження.

### **2.2.7 Джерела правової інформації**

Джерела правової інформації охоплюють різноманітні форми і види документів, інформаційних ресурсів та інституцій, що забезпечують доступ до правової інформації. Вони є важливими для юристів, дослідників, державних службовців, бізнесменів та громадян, які хочуть знати і дотримуватись правових норм. Нижче наведені основні джерела правової інформації в Україні:

– нормативно-правові акти. Ця група джерел відкривається Конституцією України – Основним законом держави, що має найвищу юридичну силу. Сюди також відносяться: Кодекси України – систематизовані законодавчі акти, що регулюють цілі сфери права, наприклад, Цивільний, Кримінальний, Адміністративний, Податковий кодекси; закони України – акти, прийняті Верховною Радою України, що регулюють різні аспекти суспільного життя; постанови та укази Президента України – нормативні акти глави держави, які мають підзаконний характер; постанови Кабінету Міністрів України – нормативні акти виконавчого органу влади, які регулюють питання державного управління, економіки, соціальної сфери тощо; накази, розпорядження, інструкції міністерств та інших державних органів – локальні нормативні акти, які уточнюють або деталізують законодавчі положення;

– судові рішення. Судова практика – рішення судів, особливо вищих судових інстанцій, що формують загальні принципи тлумачення законів. Рішення Конституційного Суду України мають обов'язковий характер для всіх суб'єктів. Рішення Верховного Суду України – містять важливі прецеденти та рекомендації щодо застосування норм права; рішення міжнародних судів (Європейського суду з прав людини) – впливають на правову практику України в межах міжнародних зобов'язань;

– міжнародні договори та угоди. Україна є учасником численних міжнародних договорів, конвенцій, пактів, які стають частиною національної правової системи після ратифікації. Зокрема, важливими є Конвенція про права людини, Угода про асоціацію між Україною та ЄС, угоди в рамках ООН та інших міжнародних організацій;

– офіційні правові інформаційні ресурси: офіційний портал Верховної Ради України – rada.gov.ua. Включає тексти законів, кодексів, постанов і інші документи Верховної Ради; сайт Кабінету Міністрів України – kmu.gov.ua. Містить постанови, розпорядження та інші акти уряду; сайт Президента України – president.gov.ua. Публікує укази і розпорядження Президента; Єдиний державний реєстр судових рішень – reestr.court.gov.ua. Містить тексти судових рішень з можливістю пошуку за різними критеріями; Національний реєстр електронних інформаційних ресурсів – офіційний каталог урядових та публічних даних;

– правові інформаційні системи та комерційні бази даних: ЛІГА:ЗАКОН – українська комерційна правова база даних, що надає доступ до нормативно-правових актів, судової практики, аналітичних матеріалів та довідкових даних; ЮРИСТ&ЗАКОН – інформаційна система для юридичної практики, що включає нормативні документи, новини, коментарі та консультації; Право України – інші правові бази даних та журнали, які містять юридичну інформацію, коментарі, аналітику;

– науково-правові видання. Наукові журнали, такі як «Юридичний вісник України», «Право України», «Актуальні проблеми права», публікують статті, рецензії, аналітичні матеріали, що роз'яснюють правові питання та тенденції. Монографії, дисертації, наукові статті також є джерелом глибокого аналізу правових норм;

– інформація з правових консультацій. Консалтингові та юридичні компанії надають правові консультації, експертні думки та роз'яснення стосовно конкретних правових питань. Професійні асоціації, такі як Асоціація правників України (АПУ), Українська асоціація адвокатів, пропонують спеціалізовані правові послуги та роз'яснення законодавчих змін;

– ЗМІ. Професійні юридичні видання та газети публікують новини, статті, коментарі до законів та інші матеріали, що стосуються законодавства та правозастосовної практики. Інтернет-портали ЗМІ, такі як «Юридична газета», «Юрист & Закон», а також загальні інформаційні сайти, включають правові розділи з новинами про зміни в законодавстві;

– офіційні друковані видання. Газета «Голос України» – офіційне друковане видання Верховної Ради України, де публікуються закони, постанови та інші нормативні акти; «Урядовий кур'єр» – офіційне видання Кабінету Міністрів України, де публікуються нормативно-правові акти уряду та інформація про діяльність органів виконавчої влади;

– державні органи та установи. Міністерство юстиції України – надає послуги з питань правової допомоги, реєстрації юридичних та фізичних осіб, веде реєстри (Єдиний державний реєстр юридичних осіб та фізичних осіб-підприємців); нотаріуси та адвокати також можуть бути джерелами правової інформації, надаючи консультації щодо законодавства та правових процедур.

Отже, різноманітність джерел правової інформації в Україні дозволяє громадянам та організаціям отримувати повну та достовірну інформацію про правову систему та законодавчі зміни.

### **2.2.8 Джерела статистичної інформації**

Статистична інформація виробляється відповідно до плану державних статистичних спостережень і має задовольняти поточні та потенційні потреби користувачів і відповідати основним стандартам виробництва статистичної продукції: бути точною та надійною, своєчасною, послідовною та порівнянною, зрозумілою та доступною для широких кіл користувачів. Статистична інформація допомагає в оцінці поточного стану певної сфери, прогнозуванні майбутніх тенденцій, прийнятті рішень на основі доказів і забезпеченні прозорості в роботі уряду, бізнесу та організацій.

*Джерела статистичної інформації* – це ресурси, які надають дані у числовому форматі, що дозволяють досліджувати різні соціально-економічні, демографічні, природні та інші процеси. Ці джерела є важливими для наукових досліджень, економічного аналізу, бізнес-стратегії, державного планування та прийняття управлінських рішень.

Основні джерела статистичної інформації:

#### *1. Державні органи статистики:*

– Державна служба статистики України (Держстат) – основне державне агентство, яке збирає, аналізує та публікує статистичні дані про економіку, демографію, соціальну сферу, екологію та інші сфери. Його звіти охоплюють інформацію про внутрішній валовий продукт (ВВП), інфляцію, безробіття, населення тощо. Для поширення статистичної інформації використовуються сучасні інформаційні та комунікаційні технології. Сайти Держстату та його територіальних органів є основним засобом (інструментом) для першого оприлюднення статистичних даних. Водночас для зручності користувачів також можуть видаватися друковані видання.

Статистична інформація, яка виробляється відповідно до плану державних статистичних спостережень, є відкритою для широкої громадськості. Вона оприлюднюється на сайтах Держстату та його територіальних органів і надається

користувачам безкоштовно, крім випадків, передбачених чинним законодавством.

Поширення інформації та комунікації органів статистики здійснюється з використанням вебсайту Держстату (<http://www.ukrstat.gov.ua/>) та територіальних органів державної статистики (<http://www.ukrstat.gov.ua/work/region.html>).

На цих інтернет-ресурсах у вільному доступі розміщується уся статистична інформація та публікації. Статистична інформація подається у трьох блоках: 1) демографічна та соціальна статистика; 2) економічна статистика; 3) багатогалузева статистична інформація.

Для інформування суспільства щодо соціально-економічної ситуації в країні Держстат готує і оприлюднює статистичні збірники, статистичні бюлетені, експрес-випуски. Щомісячно готується повідомлення для ЗМІ «Про соціально-економічне становище України», яке оприлюднюється на вебсайті Держстату та в газеті «Урядовий кур'єр», а також розміщується на сторінці Держстату в мережі «Фейсбук».

Ведуться сторінки Держстату в соціальних мережах «Фейсбук», «Твіттер», «Ютуб», «Лінкедін». Канал Держстату на «Ютуб» поповнився розділами: «Заповнюємо статистичну звітність» із записами відеоінструкцій, «Статистика легко», «Про статистику».

Удосконалено мобільний додаток «Статистика в смартфоні» (безкоштовно доступний для завантаження на Google Play). Додаток двомовний (українська та англійська), має зручний інтерфейс і надає можливість оперативно отримувати офіційну державну статистичну інформацію з наборів даних Держстату, розміщених на Єдиному державному вебпорталі відкритих даних [data.gov.ua](http://data.gov.ua) (наразі доступна інформація з 2015 р.). Офіційна державна статистична інформація згрупована за темами (ВВП, населення, ринок праці, ціни, промисловість, сільське господарство, будівництво, транспорт, торгівля та інші), які відображаються в головному меню. Для користувачів статистичної інформації проводяться семінари, конференції, онлайн-наради, вебінари тощо;

– Національні статистичні інститути інших країн – у кожній країні є свої національні служби статистики, наприклад, U.S. Census Bureau (США), Росстат (Росія), Eurostat (Європейський Союз), які надають дані для міжнародних порівнянь.

## *2. Міжнародні організації:*

– Світовий банк – надає статистичну інформацію про глобальні економічні показники, розвиток країн, рівень бідності, здоров'я, освіту тощо;

– Міжнародний валютний фонд (МВФ) – забезпечує дані про фінанси, економічне зростання, платіжні баланси країн, валютні курси тощо;

– Організація Об'єднаних Націй (ООН) – її підрозділи, такі як Програма розвитку ООН (UNDP), Продовольча і сільськогосподарська організація (FAO), ЮНЕСКО, надають статистику в галузі людського розвитку, сільського господарства, освіти, екології;

– Організація економічного співробітництва та розвитку (ОЕСР) – збирає та аналізує статистичну інформацію про економічні показники країн-членів ОЕСР, а також країн, що розвиваються.

### *3. Фінансові установи:*

– Центральні банки – центральні банки країн (наприклад, Національний банк України) надають дані про інфляцію, валютні резерви, курс валют, банківську систему, процентні ставки тощо;

– Комерційні банки та аналітичні агентства – деякі великі банки та інвестиційні установи публікують власні економічні огляди, прогнози та дослідження.

### *4. Спеціалізовані статистичні агенції та організації:*

– Євростат – статистична служба Європейського Союзу, яка надає дані про економічний стан, населення, соціальну сферу, екологію, індустрію ЄС;

– Міжнародна організація праці (МОП) – публікує дані про зайнятість, ринок праці, рівень безробіття, умови праці тощо;

– ВООЗ (Всесвітня організація охорони здоров'я) – джерело інформації про здоров'я населення, епідемії, медичні дослідження, охорону здоров'я.

### *5. Науково-дослідні установи та університети:*

– багато університетів, дослідницьких центрів і лабораторій збирають статистичні дані, наприклад, в галузі економіки, соціології, екології, демографії. Деякі з них публікують ці дані у відкритому доступі;

– соціологічні дослідницькі організації – наприклад, Gallup, Pew Research Center, які проводять соціологічні опитування, дослідження громадської думки, статистику про поведінку населення.

### *6. Аналітичні центри та комерційні компанії:*

– аналітичні центри (think tanks), такі як Brookings Institution, RAND Corporation, Center for Economic and Policy Research, публікують статистику, що стосується економіки, політики, соціальних питань;

– консалтингові та маркетингові агентства – компанії, такі як Nielsen, McKinsey, Gartner, збирають і публікують статистику, пов'язану з ринками, споживчими вподобаннями, трендами в бізнесі.

### 7. Цифрові платформи та бази даних:

- Statista – онлайн-платформа, що надає статистичні дані та графіки за широким спектром тем;
- World Data Bank – онлайн-база даних Світового банку, яка містить глобальні економічні, демографічні та соціальні показники;
- Google Public Data Explorer – надає доступ до різноманітних відкритих статистичних даних з міжнародних джерел.

### 8. Урядові та національні звіти:

- національні переписи – дані про чисельність і структуру населення, що збираються під час перепису;
- урядові програми моніторингу – наприклад, Міністерства економіки, фінансів, охорони здоров'я часто публікують звіти з ключовими показниками діяльності та розвитку;
- міністерства та департаменти – деякі міністерства публікують власні статистичні звіти, наприклад, статистику злочинності, екологічні показники, дані про охорону здоров'я.

## 2.2.9 Джерела соціологічної інформації

Джерела соціологічної інформації – це ресурси та матеріали, що містять дані та дослідження про соціальні явища, процеси, інститути та поведінку людей. Вони використовуються для збору, аналізу та інтерпретації соціальних фактів і є важливими для соціологів, дослідників, аналітиків, органів влади та громадських організацій. Основні джерела соціологічної інформації можна поділити на кілька категорій:

#### 1) первинні джерела соціологічної інформації:

- соціологічні дослідження (опитування, інтерв'ю, фокус-групи) – це дані, зібрані безпосередньо під час проведення соціологічних досліджень. Вони можуть бути кількісними (анкети, опитування) або якісними (глибинні інтерв'ю, фокус-групи). Приклади: опитування громадської думки, дослідження ставлення до політичних чи соціальних змін;
- анкети та опитувальні листи. Збір даних шляхом запитань на соціальні теми (політичні, економічні, культурні). Вони можуть бути поштовими, електронними або проведеними в особистій бесіді. Приклади: дослідження щодо рівня задоволення життям, дослідження споживчих звичок;
- глибинні інтерв'ю – інтерв'ю, проведені з метою вивчення думок, поглядів та досвіду респондентів щодо певних соціальних тем. Приклад: інтерв'ю з людьми, що пережили складні соціальні зміни, такі як міграція або війна;

– спостереження та польові нотатки. Соціолог може проводити спостереження за поведінкою людей в їхньому природному середовищі (наприклад, в організаціях, на вулицях, в освітніх установах). Приклади: спостереження за поведінкою клієнтів в магазинах або в процесі взаємодії в соціальних мережах;

2) вторинні джерела соціологічної інформації:

– соціологічні дослідження та звіти – публікації, які містять результати великих соціологічних досліджень, здійснених дослідницькими організаціями, університетами, державними установами. Приклади: звіти Державної служби статистики України, дослідження, проведені міжнародними організаціями, такими як Світовий банк або ООН;

– наукові публікації – статті, монографії, книги, що публікуються в наукових журналах та інших спеціалізованих виданнях з соціології. Вони містять теоретичні розробки, аналіз соціальних проблем, результати досліджень. Приклади: журнали «Соціологічні студії», «Соціологія: теорія, методи, маркетинг»;

– документи організацій і урядів – це офіційні звіти, публікації та статистика, що містять дані про соціальні процеси, економічні показники, соціальний стан в країні чи регіоні. Приклади: державні статистичні звіти, дані про бідність, рівень освіти, безробіття, публікації урядових агентств і органів влади;

3) джерела статистичної соціологічної інформації:

– офіційні статистичні агентства. В Україні основним джерелом статистичної інформації є Державна служба статистики України, яка збирає і публікує дані про різні соціально-економічні аспекти життя населення. Приклади: статистичні звіти про безробіття, демографічні показники, здоров'я населення;

– інтернаціональні статистичні організації – важливі джерела інформації для порівняння соціальних і економічних показників на міжнародному рівні, наприклад, Світовий банк, Міжнародний валютний фонд (МВФ), Організація Об'єднаних Націй (ООН). Приклади: світові дослідження рівня життя, аналіз соціальних нерівностей;

4) інтернет-ресурси та онлайн-платформи:

– інтернет-опитування та соціологічні платформи. Використовуються онлайн-ресурси для збору соціологічної інформації за допомогою веб-анкети або соціологічних платформ, що є зручним і швидким методом збору даних.

Приклади: платформи для онлайн-опитувань, як Google Forms або SurveyMonkey, а також соціальні мережі для проведення опитувань;

– публікації на спеціалізованих вебсайтах – вебсайти, які публікують аналітичні та статистичні матеріали, дослідження, огляди з різних соціальних проблем. Приклад: сайти дослідницьких центрів, таких як Центр Разумкова, Інститут соціології НАН України;

5) міжнародні організації та їх звіти: ЮНЕСКО – публікує звіти та дослідження в галузі освіти, культури та соціальних наук; ООН – має велику кількість досліджень з питань соціального розвитку, прав людини, бідності, освіти, охорони здоров'я; Європейський Союз – публікує соціологічні дослідження, зокрема на тему соціальних, політичних та економічних процесів у країнах Європи;

6) ЗМІ:

– соціологічні огляди та публікації. ЗМІ часто публікують матеріали, що містять результати соціологічних опитувань, досліджень громадської думки та аналізують соціальні явища. Приклади: статті, інтерв'ю з експертами на сайтах новин, таких як Українська правда, BBC, Reuters;

– телевізійні та радіопередачі. Інтерв'ю з експертами, громадянами або представниками організацій можуть бути джерелом інформації про соціальні проблеми та питання;

7) інші джерела соціологічної інформації: міжнародні дослідницькі проєкти на кшталт World Values Survey, Eurobarometer збирають соціологічну інформацію на міжнародному рівні.

Отже, джерела соціологічної інформації є різноманітними і охоплюють як первинні, так і вторинні ресурси. Вони дозволяють здійснювати соціологічний аналіз і дослідження для формування обґрунтованих висновків про соціальні процеси, суспільні зміни та поведінку людей в різних соціальних контекстах.

### **2.3 Наукові і аналітичні видання як джерела інформаційно-аналітичної діяльності**

Одне з провідних місць серед джерел інформації при проведенні інформаційно-аналітичної діяльності належить науковим і аналітичним виданням. Вони сприяють розвитку науки, підтримують процес прийняття рішень в організаціях та допомагають фахівцям бути в курсі актуальних тенденцій і наукових знань у своїй галузі. Ці видання мають певні особливості, які відрізняють їх від інших типів друкованих матеріалів, як-от:



– наукові та аналітичні видання часто охоплюють проблемні або інформаційно-оглядові теми, які мають широкий спектр і стосуються питань, яким приділяють менше уваги в інших типах видань;

– такі видання можуть розглядати вузькоспеціалізовані та складні проблеми, надаючи читачам унікальні знання;

– висвітлення тем у наукових та аналітичних виданнях відзначається значно вищим рівнем висвітлення, деталізації та глибиною аналізу в порівнянні з популярними або новинними виданнями;

– використання спеціалізованих мов і термінології є звичним для таких видань, що дозволяє точно передавати складні концепції та технічні деталі, зрозумілі фахівцям у певній галузі;

– автори наукових та аналітичних публікацій зазвичай мають високий рівень кваліфікації та експертизи у своїй галузі. Це можуть бути науковці, аналітики, експерти, які проводять власні дослідження та глибоко розуміються на предметі, який висвітлюють;

– рівень підготовки авторів значно вищий у порівнянні з авторами публікацій в інших типах видань, що забезпечує високу якість і достовірність матеріалів.

Підготовка наукових і аналітичних матеріалів є досить трудомістким процесом, який вимагає значних часових та інтелектуальних ресурсів. Це безпосередньо впливає на частоту виходу таких періодичних видань. Через тривалий процес підготовки більшість наукових видань виходить у світ раз на місяць, щоквартально або навіть рідше (наприклад, раз на півроку), оскільки процес підготовки включає:

– глибоке дослідження та аналіз: підготовка наукових статей вимагає проведення досліджень, збору та аналізу даних, що потребує багато часу;

– рецензування: у наукових виданнях статті зазвичай проходять процес рецензування, під час якого експерти перевіряють якість дослідження, достовірність даних та правильність висновків. Це також може займати тривалий час;

– редагування та підготовка до друку: наукові матеріали потребують ретельного редагування, коректури та форматування, що також впливає на час виходу видання.

Суто наукові публікації зазвичай розміщуються у спеціалізованих, фахових виданнях, які орієнтовані на конкретну наукову або професійну аудиторію. Такі видання забезпечують:

– високий рівень якості матеріалів: завдяки ретельному процесу рецензування та перевірки достовірності;

- вузькоспеціалізовану інформацію: вони зосереджуються на поглиблених дослідженнях конкретних питань, що цікавлять певну професійну спільноту;
- поширення наукових досягнень: спеціалізовані видання служать каналом для обміну результатами наукових досліджень та сприяють розвитку науки і технологій.

Наукові видання відіграють важливу роль в аналітичній діяльності, оскільки вони є надійним джерелом достовірної, перевіреної та глибоко опрацьованої інформації. Аналітична діяльність в різних сферах (економіка, політика, право, соціологія, екологія тощо) часто базується на результатах наукових досліджень, опублікованих у відповідних фахових виданнях. Наукові видання зазвичай публікують результати поглиблених досліджень, які включають складний аналіз та інтерпретацію даних. Ці публікації можуть слугувати основою для аналізу поточних тенденцій і явищ. Наприклад, соціальні аналітики можуть використовувати статті з соціологічних журналів для кращого розуміння соціальних процесів і динаміки, а екологічні аналітики – дослідження у сфері кліматичних змін для оцінки екологічних ризиків.

Аналітична діяльність часто використовує різноманітні теоретичні моделі та методологічні підходи, які є результатом наукових досліджень. Наукові видання можуть надавати аналітикам доступ до таких моделей, нових методів обробки даних або концепцій, що дозволяє будувати якісні аналітичні прогнози та здійснювати оцінку ситуацій. Наприклад, економічні моделі з економічних наукових журналів можуть стати основою для оцінки інвестиційних проєктів чи макроекономічного прогнозування.

Наукові видання дозволяють аналітикам бути в курсі останніх досягнень у науці та техніці, що особливо важливо у швидко змінюваних сферах, таких як інформаційні технології, біотехнології, медицина та екологія. Використання новітніх наукових відкриттів та інноваційних методів допомагає аналітикам більш точно оцінювати сучасні тенденції та прогнозувати майбутні зміни.

Наукові видання дозволяють проводити порівняльний аналіз за різними країнами та регіонами, що є важливим для аналітиків, які вивчають міжнародні процеси. Наприклад, політичні та економічні аналітики можуть використовувати дані та дослідження, опубліковані в міжнародних наукових журналах, щоб порівняти практики та політики різних країн, виявити успішні моделі розвитку та адаптувати їх для локального використання.

Аналітики часто надають рекомендації для ухвалення управлінських або політичних рішень. Наукові видання можуть стати основою для таких рекомендацій, оскільки вони надають перевірені дані та аналіз, які допомагають

зрозуміти потенційні наслідки тих чи інших дій. Наприклад, дослідження у сфері громадського здоров'я, опубліковані в наукових медичних виданнях, можуть використовуватися аналітиками для розробки рекомендацій у галузі охорони здоров'я. Ось деякі з провідних вітчизняних наукових видань, які корисні для аналітичної діяльності:

– «Вісник Національної академії наук України» – журнал публікує огляди та результати фундаментальних досліджень, що можуть бути корисними для аналітиків у розумінні наукових основ проблем, особливо у сферах економіки, суспільних наук і природничих наук;

– «Економіка України» – це видання корисне для економічних аналітиків, які вивчають макроекономічні процеси в Україні, аналізують економічні показники та тенденції, а також формулюють економічні прогнози;

– «Соціологія: теорія, методи, маркетинг» – видання зосереджується на соціологічних дослідженнях, що є корисним для соціальних аналітиків, які досліджують соціальні тренди, громадську думку та соціальну динаміку в Україні. Матеріали можуть бути корисними при дослідженні ринку та споживчих настроїв;

– «Актуальні проблеми економіки» – журнал зосереджується на прикладних економічних дослідженнях, які можуть бути використані аналітиками для вивчення бізнес-процесів, ринкових умов, фінансового аналізу та розробки стратегій розвитку для підприємств та організацій;

– «Право України» – це видання є джерелом інформації для аналітиків у сфері права та законодавства. Журнал публікує аналітичні статті про зміни в законодавстві, правові реформи, актуальні питання правозастосування, що допомагає у правовому аналізі для прийняття обґрунтованих рішень;

– «Фінанси України» – журнал висвітлює фінансові аспекти економіки України, аналізує державну фінансову політику, бюджетні процеси, банківську діяльність та податкову систему. Це корисно для фінансових аналітиків та експертів з питань державного фінансування та фінансового регулювання;

– «Освіта і управління» – журнал є джерелом інформації для аналітиків у сфері освіти та управління, які досліджують освітню політику, реформи у сфері освіти, розвиток освітніх програм та системи управління навчальними закладами;

– «Інформаційні технології і комп'ютерні системи» – журнал може бути корисним для аналітиків у сфері ІТ, які вивчають нові тенденції в технологіях, питання безпеки даних, розвиток цифрових систем, що важливо для компаній та організацій, які прагнуть оптимізувати процеси за допомогою ІТ-рішень.

Наукові видання є цінним ресурсом для аналітиків, оскільки забезпечують доступ до перевіреної та обґрунтованої інформації, яка дозволяє проводити якісний аналіз і формувати достовірні висновки. Вони служать основою для розробки стратегій, прогнозування та ухвалення рішень у різних галузях діяльності, підвищуючи об'єктивність та наукову обґрунтованість аналітичної роботи.

Тематика аналітичних видань також є досить різноманітною, оскільки вона охоплює широкий спектр актуальних питань та проблем, які потребують глибокого аналізу і дослідження. Основною метою таких видань є надання читачам достовірної, структурованої і всебічно проаналізованої інформації з різних сфер, що дозволяє краще розуміти тенденції, прогнози та наслідки певних подій і явищ. Основні тематичні напрямки аналітичних видань: економіка і фінанси; політика і міжнародні відносини; наука і технології; соціальні питання і суспільство; бізнес та підприємництво; освіта і наука; культура та мистецтво; право та юриспруденція; безпека та оборона.

Аналітичні видання орієнтовані на висвітлення найбільш актуальних та проблемних питань, які потребують осмислення та оцінки впливу на різні сфери суспільного життя. Важливим аспектом є надання прогнозів і рекомендацій, які можуть використовуватися для прийняття стратегічних рішень у політиці, бізнесі та інших сферах. Аналітичні статті зазвичай відрізняються детальністю та структурованістю, що дозволяє читачам легко орієнтуватися в складних питаннях.

Отже, тематика аналітичних видань є широкою і різноманітною, відображаючи потребу суспільства в якісному аналізі та осмисленні ключових подій, явищ і тенденцій у різних галузях. Аналітичні видання стають корисним інструментом для керівників, дослідників, політиків та громадськості, яка прагне отримувати обґрунтовану та достовірну інформацію. Прикладом аналітичного видання є український журнал «Дзеркало тижня» (або ZN.UA). Це одне з найвідоміших аналітичних видань в Україні, яке публікує статті з глибоким аналізом подій у сферах політики, економіки, суспільства, міжнародних відносин та культури.

Інші приклади: «Український тиждень» – журнал пропонує поглиблені аналітичні матеріали з акцентом на політичні та культурні події, а також висвітлює міжнародну політику та геополітику. Відомий своїми статтями на актуальні теми та дослідженням української та світової політики; «Економічна правда» – видання, яке спеціалізується на економічних новинах і глибоких аналітичних статтях про фінансовий ринок, податкову політику, бізнес та

інвестиції в Україні, публікує огляди міжнародних економічних трендів; «Главком» – видання пропонує широкий спектр аналітичних матеріалів, зокрема статті на політичні, економічні та соціальні теми, думки експертів і детальний аналіз подій; «Лівий берег» – видання відоме своїми аналітичними статтями на політичні та економічні теми, пропонує думки експертів, інтерв'ю з лідерами думок, а також глибокі розслідування актуальних проблем українського суспільства; «Аналітика та Прогнози» – журнал спеціалізується на аналітичних дослідженнях і прогнозах для політичних та економічних процесів в Україні, публікує огляди ситуації, прогнози та пропозиції щодо розв'язання актуальних проблем.

Отже, через тривалий процес підготовки аналітичних і наукових матеріалів, частота виходу таких видань є низькою. Це забезпечує їхню високу якість і достовірність, а також дозволяє їм залишатися актуальними джерелами знань для наукової та професійної спільноти.

## **2.4 ЗМІ і медіа-інформація**

Медіа – не новий термін. Він походить від латинського «medium» – «посередник, середина». Сучасні медіа є тим самим посередником і передають через себе інформацію від однієї сторони до іншої.

Медіа – засоби та інструменти зберігання і передачі інформації та даних для індивідуальної чи/та масової аудиторії. Часто як синоніми вживають ЗМІ, масмедіа, хоча зарубіжна наука розглядає медіа у більш широкому значенні, зокрема тлумачить їх з погляду комунікації – поширення інформації, ідей та думок, що є частиною людського життя, а методи та способи донесення цих даних до нас і є медіа (листівки друзів, телефонні розмови, комп'ютерні диски тощо).

До медіа зараховують засоби зв'язку і передачі інформації різних типів – від найдавніших (мова жестів, наскельні малюнки та ін.) до найсучасніших, що утворюють глобальні інформаційні супермагістралі. Коли медіа використовують для одночасної комунікації з тисячами людей, з'являється поняття «мас-медіа» (зі своїми специфічними атрибутами та функціями), що об'єднує пресу, радіо, телебачення й рекламу.

Медіа позначають такі соціальні інститути, для яких виготовлення медіапродукції та її поширення є виробничою і бізнесовою справою. Під медіа розуміють насамперед засоби комунікації масової, однак ними не вичерпується це поняття. Різного роду центри, служби, що займаються збором, аналізом даних і наданням інформаційних послуг населенню, – це також медіа.



Знаковою в теоріях трактування медіа є відома фраза канадського філософа Маршалла Маклуена: «Медіа – це повідомлення», а засоби комунікації є продовженням (чи розширенням) людини. У своїх працях з теорії комунікативістики він віртуально розділив історію людства через трансформацію систем медіа, увівши поняття «Галактика Гутенберга», тобто світ друкованих медіа, що панував із винайденням друкарського верстата, та світ, що з'явився з ерою електронних

медіа, коли періодика поступила у популярності радіо й телебаченню.

З приходом ери Інтернету усталені підходи до класифікації медіа почали поступово трансформуватися. Нині існує поділ на традиційні, нові та соціальні медіа. Такі підходи пов'язані з домінуванням інтерактивного діалогу та поширенням користувацького контенту, що виходить за межі тлумачення ЗМІ. Традиційно до медіа зараховують періодику (газети, журнали), аудіовізуальні ЗМІ (радіо, телебачення), віднедавна – інтернет-медіа.

Крім того, медіа прийнято вважати книги, кінофільми, аудіо-, відеозаписи, телетекст, рекламні носії. Основною об'єднавчою характеристикою для різних типів медіа є донесення інформації до споживача за допомогою спеціальних засобів.

Виникнення нових медіа – результат активного розвитку Інтернету. Нові медіа часто асоціюють із сучасними медіа, заснованими на цифрових технологіях, наприклад: інтернет-видання, комп'ютерні ігри, соціальні мережі тощо. До головних їхніх ознак, окрім мультимедійності, гіпертекстуальності та інтерактивності, належать генерування інформації в режимі реального часу, персоналізація її доставки споживачеві, можливість користувача брати участь у її творенні, впливати на процес колективної медіаторчості. Саме цими ознаками нові медіа відрізняються від традиційних ЗМІ.

Сучасний світ дедалі частіше виділяє *соціальні медіа*. Загальною характеристикою цього явища є орієнтація на максимальну взаємодію (*інтерацію*) користувачів у віртуальному мобільному чи інтернет-середовищі. Дослідники визначають соціальні медіа як групу інтернет-додатків і сервісів, побудованих на ідеології та технології Web 2.0, що дають можливість створювати й обмінюватися користувацьким контентом.

Науковці запропонували класифікацію, що відображає основні елементи соціальних медіа:

- блоги;
- соціальні мережі (напр., Facebook);
- спільні проєкти (Wikipedia);
- контентні спільноти (YouTube);
- віртуальні соціальні світи (SecondLife);
- віртуальні ігрові світи (World of War-craft).

Функції медіа є розмаїтими. У ст. 34 Конституції України зазначено, що кожному гарантоване право на свободу думки і слова, на вільне вираження своїх поглядів і переконань. Це право забезпечує *комунікаційна функція*, що не лише інформує через медіа масову аудиторію й соціальні інститути, а й уможливорює ведення діалогу з журналістом (особливо широко реалізується у соціальних мережах та соціальних медіа).

*Ідеологічна (пропагандистська) функція* медіа полягає у здатності доносити державотворчі ідеї, формувати цілісність нації, систему цінностей у масовій аудиторії та в окремого споживача інформаційного продукту тощо. Вона набуває особливого значення в умовах криз, військових дій, економічної нестабільності, а також під час зовнішніх та внутрішніх інформаційних війн і т. зв. гібрид. війни.

Медіа виступають потужним освітнім інститутом у сучасному інформаційному суспільстві, одним із головних їхніх завдань є формування знань, донесення освітньої інформації, стимулювання до медіаграмотності масової аудиторії. Медіа здатні організовувати громадськість навколо ідей. Мобілізація, об'єднання людей у питаннях, що стосуються кризових ситуацій, військових дій, а також при стабільному чи умовно стабільному розвитку держави дає підстави говорити про медіа як *«четверту владу»*.

*Культурна функція* виглядає особливо актуальною в глобальному інформаційному суспільстві, що формується під впливом потужних міжнародних гравців, які активно насаджують невластиві для окремих держав культурні ідеали, внаслідок чого виникають поняття космополітизму та поступове нівелювання національними традиціями, підміна їх чужорідними заміниками.

*Рекламно-довідкова функція* передбачає задоволення запитів аудиторії щодо поширення рекламної інформації та різноманітних довідкових відомостей.

*Рекреативна функція* покликана допомогти аудиторії відпочити, розважитися. В Україні, як і за кордоном, спостерігається домінування та орієнтація на задоволення розважальних запитів аудиторії. Як наслідок, з'явився формат *інфотейнмент* (від англ. «information» – інформація та «entertainment» – розвага), що ставить за мету подавати інформацію у максимально розважальній

формі, а також *квалоїд* (від англ. «quality» – якісний і «tabloid» – бульварний) – медіа, що поєднують змістовне наповнення якісної преси та таблоїдну форму його представлення.

В останні роки дискутують про нові функції медіа, спричинені активним входженням традиційних ЗМІ в Інтернет та стільникову комунікацію. Це – конвергентність, інтерактивність, мультимедійність, креативність, оптимізація контенту. Проте доцільніше їх розглядати як нові технічні можливості донесення інформації та налагодження комунікаційної взаємодії з аудиторією.

Отже, термін ЗМІ вживається в суспільстві набагато довше, тому більшість людей на інтуїтивному рівні розуміє, що входить у це поняття. І часто його об'єднують в значеннях з «медіа» – як мінімум тому, що *media* в україномовному просторі перекладається з англійської саме як ЗМІ.

У той самий час деякі класифікації розмежовують ці поняття. ЗМІ розглядають виключно як канал, спосіб або механізм передачі інформації і фактів. Вони не впливають на власне передане повідомлення. А медіа визначають як посередника і учасника комунікації, так само важливого, як і повідомлення, яке передається.

Нові медіа – це такий формат, в якому інформація постійно доступна на цифрових пристроях, а користувачі активно залучені в процес створення і поширення контенту. По суті, це медіа, які почали активно розвиватися і обростати новими технологічними особливостями з появою Інтернету.

Деякі дослідники проти того, щоб нові медіа вважалися ЗМІ, бо на їхню думку вони є скоріше платформою для спілкування, ніж інструментом донесення соціально важливої інформації.

Перехід до інформаційного суспільства зробив інформацію значущим соціально-економічним ресурсом порівняно з іншими (фінансовими, матеріальними, енергетичними), а попит на інформацію, що зростає, висуває нові вимоги до каналів її передання, що стимулює подальший розвиток ринку електронних ЗМІ. Сучасні інформаційні ресурси мають забезпечувати попит у величезних обсягах актуальної інформації в режимі «нон-стоп» у будь-якому місці.

Новітні медіа є важливим елементом інформаційного суспільства та цифрової економіки, адже вони забезпечують потребу в найважливішому ресурсі – актуальній інформації. Тому і розвиток глобального ринку електронних ЗМІ значно впливає на економічні та суспільно-політичні процеси.

До сучасних електронних медіа можна зарахувати такі:  
– інтернет-представництва (портали) онлайн-ових ЗМІ;



- інтернет-ЗМІ;
- інтернет-ТБ (вебкастинг);
- інтернет-радіо (подкастинг);
- мобільне ТБ;
- блогосферу;
- кіно, розраховане на інтернет-аудиторію;
- соціальні мережі, Twitter, Live journal (ЖЖ);
- віртуальні спільноти;
- віртуальні ігри;
- віртуальну та доповнену реальність

В Інтернеті є свої ЗМІ (загальні й галузеві). Деякі з них зареєстровані як звичайні ЗМІ, але це радше виняток, ніж правило. Більшість інтернет-ЗМІ оновлюються щодня або й упродовж дня. Завдяки цій оперативності інтернет-ЗМІ часто використовують як джерело інформації для звичайних ЗМІ.

Чимало газет і журналів мають свої представництва в мережі Інтернет. Вони часто викладають там матеріали своїх випусків, а іноді й роблять самостійне інтернет-видання.

Нині всі видання масмедіа чітко можна розділити на такі дві категорії, як *власне інтернет-ЗМІ* й *онлайн-версії вже знайомих «традиційних» ЗМІ*. Така класифікація навряд чи викличе розбіжності навіть у професіоналів. Щодо розподілу інтернет-видань на групи за іншими параметрами, то вони умовні та спірні.

Наразі найбільш очевидним є підхід, у якому інтернет-ЗМІ розглядаються стосовно їх «офлайн-батьків». Таку типологію пропонує М. Лукіна, зазначаючи, що ЗМІ, які обрали Інтернет як канал поширення своєї продукції, можна розділити на три великі групи:

- 1) еквівалентні копії традиційних ЗМІ або їх електронні версії;
- 2) модифіковані онлайн-версії традиційних ЗМІ, які виникли на ґрунті своїх офлайн-прототипів, але не копіюють їх, а проводять власну інформаційну політику, мають власну схему віщання, відмінну від «батьків», що відповідає обраному каналу;
- 3) медіапроекти, які виникли в мережі та не мають офлайн-прототипів.

А. Носик запропонував нову класифікацію, за якою ці ж три групи можна назвати «клони», «гібриди» й «оригінальні інтернет-ЗМІ» відповідно. Згодом автор запропонував ділити мережеві проекти на ЗМІ загального профілю, включаючи:

1) мережеві ЗМІ (електронні газети, інфорпортали, електронні журнали, інтерактивні ЗМІ);

2) електронні версії традиційних ЗМІ (газет, телеканалів, радіо, інформаційних агентств);

3) спеціалізовані ЗМІ (агентства економічної інформації, тематичні ресурси (спорт, культура, Інтернет тощо)).

Щодо ознак електронних ЗМІ, то спершу треба виокремити системні ознаки, властиві всім ЗМІ. Так, до ознак, важливих для зарахування ресурсу до ЗМІ, належить *професійний характер виробництва інформації*. Є кілька способів заявити суспільству про себе як про професійного комунікатора. До основних ознак пізнаваності інтернет-ЗМІ як такого належить його *організаційно-правовий статус*, що пропонується аудиторії у вигляді так званих «вихідних даних» редакції.

Вихідні дані традиційно включають *інформацію про засновника/творця, керівництво редакції і його авторський колектив*.

Щодо особливостей складу аудиторії інтернет-ЗМІ, то чинник визначення соціальної адреси видання, його аудиторних характеристик є відправним під час формування концепції й інформаційної політики будь-якого засобу масової інформації.

Також варто звернути увагу на таку невід'ємну ознаку ЗМІ, як *періодичність відновлення інформації*. Загальноприйняте в медійному співтоваристві уявлення про регулярність публікацій (вихід у світ, в ефір) друкованих видань, радіо і телепрограм у новому середовищі «не працює». Щоденна, щотижнева, щомісячна періодичність відновлення змісту переноситься з материнських офлайн-видань на онлайн-версії, але й у цьому разі «старі» підходи поєднуються з новими рубриками, оновлюваними в іншому ритмі (як-от новинні стрічки в онлайн-версіях щоденних газет можуть оновлюватися щогодини).

Електронним медіа притаманні специфічні ознаки:

1) *гіпертекстуальність* – це концепт, який використовується для опису структури та організації тексту, яка дозволяє читачам переходити з одного тексту до іншого, що має зв'язок з ним, та створити цілісне уявлення про тему чи ідею, яку автор намагався передати. Гіпертекстові посилання можуть бути використані для зв'язування різних елементів тексту, таких як слова, фрази, речення, абзаци, сторінки, документи тощо.

Гіпертекстуальність є ключовою характеристикою електронних текстів та вебсторінок. Вона дає можливість користувачам взаємодіяти з текстом та

навігувати по вебсторінці, використовуючи гіперпосилання. Гіпертекстова структура дозволяє користувачам переходити з однієї сторінки на іншу без необхідності повертатися до початкової сторінки та шукати потрібну інформацію в різних джерелах.

Гіпертекстові посилання можуть бути внутрішніми та зовнішніми. Внутрішні посилання вказують на інші частини того самого документа тоді як зовнішні посилання вказують на інші джерела в Інтернеті.

В концепті гіпертекстуальності важлива роль належить взаємодії між автором та читачем. Гіпертекстові посилання можуть бути інструментом автора для надання додаткової інформації та пояснень, або ж для створення складної мережі зв'язків між різними елементами тексту. Читачі в свою чергу можуть використовувати гіпертекстові посилання для навігації по тексту та отримання необхідної інформації.

Гіпертекстуальність розглядається як важлива характеристика сучасної літератури та медіа. Це дозволяє авторам створювати більш складні та динамічні тексти, які забезпечують взаємодію з читачами та підвищують їхній інтерес до теми.

Гіпертекстуальність – це важлива характеристика сучасних текстів, яка дозволяє створювати складні мережі зв'язків між різними елементами тексту та забезпечує взаємодію між автором та читачем. Вона використовується для створення більш динамічних та цілісних текстів, які забезпечують більш ефективну комунікацію між автором та читачем, а також підвищують інтерес до теми.

2) *інтерактивність* – багатосторонній інформаційний обмін із користувачем, причому як з окремими представниками, так і з аудиторією загалом. Принципова відмінність інтерактивності в Інтернеті від інтерактивних взаємодій в інших медіа – газетах, радіо, на телебаченні – полягає в тому, що тут двостороннє спілкування розгортається в одному фізичному середовищі, тобто не «газета» – «пошта», «радіо/телебачення» – «телефон», а «Інтернет» – «Інтернет». Водночас спілкування може набувати синхронного, або онлайнного, характеру. Читачі стають активними учасниками літературного процесу, коментуючи тексти, спілкуючись з авторами, створюючи власні інтерпретації та фан-творчість.

3) *мультимедійність* – матеріальна реалізація ідеї медіаконвергенції (конвергенція – процес зближення, сходження, компромісів), тобто злиття всіх каналів передачі інформації – періодичної преси, радіомовлення, телебачення й Інтернету в одне ціле; можливість передачі повідомлень у різних знакових

системах – вербальній, графічній, звуковій, фото, відео, анімаційній. Тексти доповнюються аудіо- та візуальними елементами, інтерактивними форматами, що розширює можливості для творчого самовираження авторів та глибшого занурення читачів у світ твору.

Можна скласти орієнтовний перелік характеристик, які властиві новим медіа:

1) можливість кожного долучитися до дискусії, стати частиною цілого, а в результаті можливість створення ілюзії того, що варто людині лише захотіти висловити власну думку – і її почує весь світ;

2) яскраві, короткі заголовки, які здатні миттєво привернути увагу користувача;

3) нестандартна форма подачі матеріалу (розділення тексту зображеннями, графіками, відео; використання інфографіки, розбиття тексту на кілька частин);

4) швидкість пошуку інформації (під матеріалом посилання на інші матеріали зі схожою тематикою);

5) гіпертекстуальність;

6) можливість організації опитувань, голосувань тощо;

7) можливість максимально наблизити читача до автора. Якщо це, наприклад, блог відомої людини, то читачі більше довіряють її публікаціям. Завдяки чесності автора з читачем забезпечується максимальна довіра між ними;

8) можливість підписатися на розсилку того чи того ресурсу.

Електронні ЗМІ виконують також різні *функції*. Серед найважливіших із них виокремлюємо такі:

– інформаційна функція – отримання й розповсюдження відомостей про найбільш важливі події у світі;

– освітня функція – донесення до громадян певних знань дозволяє адекватно оцінювати, впорядковувати відомості, отримані з різних джерел, правильно орієнтуватися в суперечливому потоці інформації;

– функція соціалізації – засвоєння людиною певних норм, цінностей, зразків поведінки дозволяє їй адаптуватися до соціальної дійсності;

– функція критики й контролю. Критика електронних ЗМІ характеризується необмеженістю свого об'єкта. Їх контрольна функція засновується на авторитеті громадської думки. ЗМІ не можуть застосовувати санкцій до правопорушників, але вони дають юридичну та моральну оцінку подій і осіб. У демократичному суспільстві в здійсненні контрольних функцій ЗМІ спираються як на громадську думку, так і на закон;

- мобілізаційна функція виявляється в спонуканні людей до певних суспільних або політичних дій чи до бездіяльності;
- оперативна функція – обслуговування ЗМІ політики певних об'єднань громадян.

Отже, сьогодні до засобів масмедіа зараховують пресу (газети, журнали, книги), радіо, телебачення, Інтернет, кінематограф, звукозаписи і відеозаписи, відеотекст, телетекст, рекламні щити й панелі, домашні відеоцентри, які поєднуються телевізійними, телефонними, комп'ютерними та іншими лініями зв'язку. Цим засобам притаманні якості, які їх об'єднують, як-от звернення до масової аудиторії, доступність, корпоративний зміст виробництва й розповсюдження інформації. Нині Інтернет становить важливу частину сучасного медіапростору внаслідок інтеграції в нього традиційних ЗМІ, а також роботи нових медіа. Будучи унікальним явищем, Інтернет відображає загальні закономірності розвитку інформаційного простору. Його поширення значно послабило контроль суспільства над медіаповідомленнями, водночас посиливши залежність людини від медіасфери в повсякденному житті.

## **2.5 Реклама як джерело інформації**

Стаття 1 Закону України «Про рекламу» визначає рекламу як «інформацію про особу чи товар, розповсюджена в будь-якій формі та в будь-який спосіб і призначена сформулювати або підтримати обізнаність споживачів реклами та їх інтерес щодо таких особи чи товару».

Тобто реклама – це один з видів інформації. Кожна реклама є інформацією, але не кожна інформація є рекламою. Різниця полягає в наявності спеціальної мети розповсюдження рекламної інформації: сформулювати обізнаність або підтримати інтерес щодо певної особи (юридичної або фізичної) або певного товару (під товаром також розуміються роботи, послуги, цінні папери, майнові права тощо).

*Реклама як джерело інформації* – це спосіб передачі відомостей про товари, послуги, події або бренди з метою впливу на поведінку споживачів та спонукання до певних дій (наприклад, покупки, підписки, відвідування). Реклама несе інформацію, яка може бути корисною для споживачів, а також сприяє обізнаності щодо нових продуктів і послуг, знижок, подій тощо.

Особливості реклами як джерела інформації:

- інформативність – реклама допомагає споживачам дізнатися про наявність товарів або послуг, їхні характеристики, ціни, місця продажу, переваги та недоліки; вона знайомить з новими продуктами на ринку, що допомагає

споживачам робити поінформовані покупки та економити час на пошук інформації;

- переконливість – метою реклами є не тільки передача інформації, але й спонування до дії, наприклад, до придбання товару. Для цього використовуються елементи переконання та емоційного впливу;

- спрямованість на цільову аудиторію – рекламодавці часто створюють рекламу для конкретної цільової аудиторії, що підвищує релевантність інформації для споживача. Наприклад, реклама спортивного інвентарю буде націлена на людей, які займаються спортом, а не на широку аудиторію;

- короткотривалість та повторюваність – рекламні повідомлення часто подаються у короткому форматі, щоб швидко передати ключову інформацію. Однак реклама зазвичай повторюється, щоб забезпечити кращу запам'ятовуваність та пізнаваність;

- прихований елемент суб'єктивності – реклама часто підкреслює лише позитивні аспекти продукту або послуги, що може спотворювати об'єктивне сприйняття. Іноді інформація в рекламі подається в перебільшеному або емоційному вигляді. Для споживача важливо критично оцінювати інформацію з реклами та перевіряти її з інших джерел, якщо це можливо.

*Типи інформації, яку несе реклама:*

- інформація про продукт чи послугу – реклама повідомляє про основні характеристики товару, його функції, інновації, які можуть бути корисними для споживача;

- інформація про ціну та умови продажу – реклама часто вказує ціну, спеціальні пропозиції, знижки, акції, кредитні або розстрочені умови оплати;

- інформація про бренди та репутацію – через рекламу компанії розвивають і зміцнюють свій бренд, підвищуючи його впізнаваність і довіру споживачів;

- інформація про способи використання товару – часто реклама показує, як використовувати товар, в яких умовах або для яких цілей він підходить;

- інформація про унікальні переваги – реклама виділяє унікальні особливості продукту або послуги, які відрізняють його від конкурентів (так звані унікальні торгові пропозиції).

*Переваги реклами як джерела інформації:*

- швидкість отримання інформації – реклама оперативно доносить до споживачів відомості про нові продукти, знижки, акції;

– доступність – рекламні повідомлення можна зустріти на телебаченні, радіо, в Інтернеті, у друкованих виданнях, що робить їх доступними для широкої аудиторії;

– візуальне та емоційне сприйняття – реклама часто використовує яскраві зображення, відео, музику, що полегшує сприйняття інформації та робить її запам'ятовуваною.

Недоліки реклами як джерела інформації:

– можливість маніпуляцій – реклама інколи подає інформацію перебільшено або однобоко, створюючи надмірні очікування щодо продукту;

– упередженість – інформація в рекламі переважно спрямована на виділення позитивних якостей товару або послуги, замовчуючи про недоліки;

– засилля реклами – у сучасному медіапросторі надлишок рекламних повідомлень може дратувати споживачів і знижувати їхню довіру до рекламованих товарів і брендів.

Як використовувати рекламу як джерело інформації:

– критичний підхід – важливо усвідомлювати, що реклама орієнтована на продаж, і аналізувати інформацію в ній з урахуванням можливих маніпуляцій;

– перевірка фактів – якщо реклама містить конкретні характеристики або обіцянки, варто перевірити цю інформацію з незалежних джерел (наприклад, відгуки користувачів, огляди, тести);

– порівняння з іншими продуктами – за допомогою реклами можна порівняти характеристики різних товарів і обрати найбільш підходящий;

– актуальність інформації – слід звертати увагу на дату виходу реклами, адже ціни, знижки або умови можуть змінюватися.

Поняття *рекламно-інформаційною продукцією* розуміють як сукупність інформаційних матеріалів рекламного характеру, які мають матеріальне втілення у відповідній документальній формі, оформлені відповідно до вимог жанру рекламного тексту, мають на меті підтримати обізнаність споживачів та їх інтерес щодо підприємства, товару, послуги та ін., а також виготовлені із застосуванням різноманітних способів, доведені до споживача будь-якими рекламними засобами.

*Рекламно-інформаційна продукція* – це вид інформаційних матеріалів, основна мета яких полягає в просуванні товарів, послуг, ідей або брендів та наданні споживачам корисної інформації. Така продукція поєднує рекламні елементи (спонукання до придбання, переконання у перевагах) та інформаційні (передача відомостей, інформування про характеристики продукту чи послуги).

Рекламно-інформаційна продукція може мати різні формати і розповсюджуватись як у друкованому вигляді, так і в цифровому середовищі.

Основні види рекламно-інформаційної продукції:

– буклети та брошури – невеликі друковані видання, що містять інформацію про продукцію, послуги чи бренд. Можуть включати деталі про використання товару, його характеристики, фотографії та іншу супровідну інформацію. Часто використовуються для презентацій нових продуктів або послуг, надання детальних описів і специфікацій;

– каталоги – видання, що містять інформацію про весь асортимент товарів або послуг певної компанії. Каталоги часто містять фотографії, описи, ціни, варіанти комплектації продукції та іншу корисну інформацію для споживача. Використовуються в магазинах, виставкових залах або відправляються клієнтам поштою;

– листівки та флаєри – короткі інформаційні матеріали, що містять ключову інформацію про пропозицію (наприклад, знижки, акції, нові товари). Листівки зазвичай розповсюджуються у місцях великого скупчення людей, додаються до замовлень або роздаються під час промоакцій. Основна мета – привернути увагу та дати чітке повідомлення про продукт чи послугу;

– рекламні проспекти – включають більш детальну інформацію, ніж флаєри, але є компактнішими за буклети. Зазвичай містять короткий опис, переваги та способи використання продукту. Проспекти часто використовуються на виставках, конференціях, презентаціях;

– рекламні постери та плакати – великі друковані матеріали, які привертають увагу та містять ключову інформацію. Використовуються як в приміщеннях (офіси, торгові зали), так і на зовнішніх рекламних носіях (білборди, сітілайти). Плакати створюються з метою миттєвого візуального впливу та покликани залучати інтерес до товару або бренду;

– прес-релізи та інформаційні повідомлення – статті або офіційні оголошення про важливі події компанії (наприклад, запуск нової продукції, відкриття філії, зміни в керівництві). Прес-релізи розповсюджуються через ЗМІ, соціальні мережі, сайти компаній. Мають на меті інформування широкого загалу та покращення іміджу компанії;

– електронні інформаційні розсилки (email-розсилки) – електронні листи, що надсилаються зацікавленим клієнтам та партнерам. Містять інформацію про новинки, акції, цікаві пропозиції, новини компанії. Ефективний інструмент для підтримки контакту з клієнтами, залучення їх до купівлі, інформування про знижки та спеціальні пропозиції;



– інфографіка – візуальні матеріали, що об'єднують текст, зображення, графіки та діаграми для передачі важливої інформації у стислому вигляді. Часто використовується в онлайн-форматі для пояснення складних понять або статистики. Інфографіка є зручною для розуміння і має великий вплив у соціальних мережах;

– рекламні відео та анімація – відеоролики, що інформують про продукцію або послугу та використовуються для рекламування в Інтернеті (соцмережі, YouTube), на телебаченні або на екранах в громадських місцях. Мають високу здатність до емоційного залучення та демонстрації функцій продукту;

– соціальний медіа-контент – постійне оновлення інформації про продукцію, послуги чи бренд у соціальних мережах. Це можуть бути пости, історії, публікації в блогах, рекламні повідомлення. Соціальні мережі дають можливість швидко охопити велику аудиторію, забезпечують інтерактивність та швидкий зворотний зв'язок.

*Переваги* рекламно-інформаційної продукції:

– інформування та просування – рекламно-інформаційна продукція надає споживачам інформацію, що допомагає ухвалити рішення про покупку;

– різноманіття форматів – можна підібрати тип продукції, який найкраще підходить для конкретної аудиторії чи події;

– підвищення впізнаваності бренду – постійна наявність рекламно-інформаційних матеріалів сприяє зміцненню іміджу компанії та підвищенню її популярності;

– простота поширення – друковані матеріали легко розповсюджувати на місцях продажу або під час подій, а цифрові формати забезпечують швидке охоплення аудиторії в Інтернеті.

*Недоліки* рекламно-інформаційної продукції:

– витрати на виготовлення – створення якісної рекламно-інформаційної продукції може вимагати значних витрат, особливо якщо йдеться про друковані матеріали високої якості;

– короткотривалий ефект – деякі типи матеріалів, як-от листівки чи флаєри, швидко втрачають актуальність і можуть бути викинуті, не привернувши належної уваги;

– ризик недовіри – через надмірну кількість реклами споживачі можуть скептично ставитися до рекламних матеріалів, особливо якщо вони мають перебільшений або агресивний характер.

Рекламно-інформаційна продукція – це важливий інструмент маркетингу, який дозволяє компаніям донести ключові повідомлення до споживачів, формувати позитивний імідж бренду і стимулювати продажі. Успішне використання рекламно-інформаційних матеріалів потребує стратегічного підходу до їх створення та розповсюдження, щоб вони не просто інформували, а й ефективно взаємодіяли зі споживачами.

### **Контрольні запитання:**

1. Що розуміють під джерелом інформації?
2. Кого можна вважати інформаційним посередником? У чому полягають функції інформаційного посередництва?
3. Якою є роль ЗМІ у розвитку сучасного українського суспільства і формуванні інформаційного простору?
4. Чому телебачення і радіо є важливими джерелами інформації? У чому їх переваги?
5. Які завдання виконують інформаційні агентства?
6. Обґрунтуйте тезу, що найдавнішою організаційною формою інформаційного посередництва є бібліотеки.
7. Назвіть складові моделі соціальних інститутів «Бібліотека» і «Архів».
8. Назвіть основні типи джерел інформації.
9. З яких джерел можна отримати інформацію про фізичну особу?
10. Назвіть основні види довідково-енциклопедичних джерел.
11. Назвіть основні джерела екологічної інформації.
12. З яких джерел можна отримати інформацію про товар, роботу або послугу?
13. Схарактеризуйте основні джерела НТІ.
14. Що відноситься до джерел правової інформації?
15. Назвіть джерела статистичної і соціологічної інформації.
16. Чому наукові і аналітичні видання відносять до важливих джерел інформації при проведенні інформаційно-аналітичної діяльності?
17. Що відносять до друкованих видань? До електронних видань? Що називають пресою?
18. Назвіть переваги від використання друкованих видань порівняно з іншими джерелами інформації.
19. Обґрунтуйте тезу, що Інтернет створив електронний комунікативний простір, який на відміну від друкованого або ефірного практично не обмежений.
20. Що таке мережеві ЗМІ?

21. Доведіть, що соціальні мережі є важливим джерелом інформації.
22. Що розуміють під «медіа»?
23. Які основні елементи соціальних медіа?
24. Назвіть основні функції медіа.
25. Що відноситься до електронних медіа?
26. Схарактеризуйте специфічні ознаки електронних медіа:  
гіпертекстуальність, інтерактивність, мультимедійність.
27. Які характеристики властиві новим медіа?
28. Що відносять до рекламно-інформаційної продукції?

## ТЕМА 3. АНАЛІТИЧНА СКЛАДОВА ІНФОРМАЦІЙНО-АНАЛІТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

### 3.1 Двоєдина природа інформаційно-аналітичної діяльності

*Інформаційно-аналітична діяльність (ІАД)* має багато тлумачень, якщо її розглядати в різних аспектах. Інформаційний підхід до ІАД дозволяє відносити її до напрямку інформаційної діяльності, зокрема, трактувати її в якості комплексної інформаційної діяльності, що застосовує засоби та методи науково-інформаційної діяльності та інформатики.

*ІАД* – це особливий напрям інформаційної діяльності, пов'язаний з виявленням, опрацюванням, збереженням та поширенням інформації переважно у сфері управлінської, політичної та економічної діяльності

Дослідження змісту ІАД з точки зору аналітичної роботи надає інший акцент ІАД, яку трактують як творчу аналітичну діяльність, призначену для оцінювання інформації і підготовки прийняття рішень; як сукупність процесів семантичної обробки даних, в результаті чого розрізнені дані перетворюються на закінчену інформаційну продукцію – аналітичний документ. Однак зазначимо, що чітке розділення між двома цими складовими (видами) ІАД є умовним і можливим виключно на рівні абстрагування, в теоретичній площині.

На думку Варенка В., ІАД – це специфічний різновид інтелектуальної, розумової діяльності людини, в процесі якої внаслідок певного алгоритму послідовних дій з пошуку, накопичення, зберігання, обробки, аналізу первинної інформації утворюється нова, вторинна аналітична інформація у формі аналітичної довідки, звіту, огляду, прогнозу тощо.

Існує багато визначень поняття ІАД. Поширеними є такі, що *спрямовані на сферу управління*. Фахівці розглядають інформаційно-аналітичну діяльність як процес у сфері управління, що являє собою процес пошуку, збору, переробки та подання інформації у формі, придатній для її використання; як інформаційно-аналітичну роботу у двох аспектах – інформаційну роботу та аналітичну роботу; як системне отримання, аналіз та накопичення інформації з елементами прогнозування з питань, що стосуються діяльності установи.

ІАД можна розглядати у двох аспектах, тобто розгалужує на інформаційну та аналітичну роботу (див. рис. 3.1).



Рисунок 3.1 – Складові ІАД

Отже, у ході проведення ІАД виділяють *два рівні*:

1) *інформаційний рівень*, що полягає в пошуку, збиранні, зберіганні, поширенні інформації;

2) *аналітичний рівень*, що полягає в узагальненні, класифікації інформації, її аналізі і перетворенні, розробці висновків, пропозицій, рекомендацій і прогнозів.

До *засобів ІАД* відносять сукупність документальних, технічних та інших пристроїв, призначених для накопичування, оброблення, систематизації, зберігання і видачі інформації, наприклад: відомості – характеристики властивостей об’єкта, що спостерігається або досліджується, представлені у доступній формі для людини; дані – факти або відомості, представлені у формалізованому вигляді, що забезпечує можливість їх зберігання, обробки та передачі; повідомлення – форма подачі інформації – сукупність логічно пов’язаних відомостей, що представляють для споживача єдине ціле.

*Технічні засоби ІАД* включають інформаційні картки, каталоги, щоденники, інформаційні та інформаційно-аналітичні системи, системи інформаційного обслуговування, системи штучного інтелекту, експертні системи, АРМ аналітиків тощо.

*Методологія аналітичних досліджень* – це сукупність принципів, методів, способів та підходів до організації та проведення досліджень: принципи – вироблені наукою та практикою, сформульовані у концентрованому вигляді найбільш важливі ідеї, установки; метод – сукупність прийомів та способів пізнання; прийом – окрема дія для досягнення мети дослідження; спосіб – система дій, що застосовуються при виконання певного дослідження; процедура – встановлений порядок виконання прийомів та способів дослідження; методика

– послідовність конкретних процедур, реалізація яких забезпечує досягнення мети досліджень; технологія (техніка) аналітичного дослідження – сукупність прийомів та способів, які входять до складу процедур

Аналітична робота як процес пізнання об'єктивної реальності здійснюється за законами діалектики, формальної логіки із застосуванням загальнонаукових методів дослідження.

Технологія аналітичної роботи передбачає одержання нового знання (вивідної інформації), яке забезпечує складний процес дослідження.

Методологічною основою та потужним інструментом при проведенні аналітичної роботи є *системний аналіз*. У системному підході розрізняють такі аспекти: елементний (виявлення елементів, що становлять систему); структурний (виявлення зв'язків та залежностей між елементами системи); функціональний (визначення ролі, яку відіграє кожен елемент); цільовий (визначення мети існування системи); ресурсний (визначення ресурсів, що використовуються системою); історичний (аналіз генези системи); комунікативний (визначення зв'язків системи із навколишнім середовищем).

Аналітичний рівень ІАД забезпечується комплексом технологій обробки інформації. Щодо *технологічної складової аналітики* виділяють такі *аспекти* аналітичної підготовки прийняття рішень:

- вилучення з багатьох джерел різномірних даних, представлених у різних форматах та приведення їх до єдиного формату та єдиної структури;
- організація зберігання та надання користувачам необхідної для прийняття рішень інформації;
- власне аналіз, у тому числі оперативний, підготовка планової чи регулярної оцінки стану керованого об'єкта у вигляді документів;
- підготовка результатів оперативного та інтелектуального аналізу та прийняття на його основі адекватних рішень.

У зв'язку з великим обсягом та складністю аспект проблеми власне аналізу має два напрямки: оперативний і інтелектуальний. *Оперативний аналіз* даних (інформації), поширена аббревіатура англійської назви – On-Line Analytical Processing – *OLAP*. Основним завданням оперативного або OLAP-аналізу є швидке (в межах секунд) отримання необхідної аналітики для обґрунтування або прийняття рішення інформації.

*Інтелектуальний аналіз інформації* – має також поширену назву *Data mining*. Призначений для фундаментального дослідження проблем у тій чи іншій предметній галузі. Вимоги за часом менш жорсткі, але використовуються складніші методики. Ставляться, як правило, завдання стратегічного значення.

При вирішенні складних завдань у режимі Data mining доводиться використовувати потужні спеціальні програмні засоби. Аспекти проблеми аналізу та необхідні для їх вирішення функції знайшли втілення у відповідних програмних продуктах. Відповідно засоби автоматизації аналізу представлені у різних видах.

Враховуючи різні підходи до визначення інформаційно-аналітичної діяльності по відношенню до будь-якої управлінської сфери, можна сформулювати узагальнене визначення *ІАД для сфери управління: інформаційно-аналітична діяльність* – це сукупність інформаційних процесів (збір, пошук, переробка інформації), необхідних для якісного та ефективного процесу управління.

В сучасних умовах специфіка інформаційно-аналітичної роботи полягає в забезпеченні особи, яка приймає рішення (управлінця), необхідною і достатньою кількістю аналітичної інформації для прийняття єдино правильного, ефективного в умовах непередбаченості і кризових явищ управлінського рішення. Таким чином, інформаційно-аналітична діяльність певною мірою забезпечує, захищає керівників, управлінців від ризиків, небезпек і викликів сьогодення, рекомендує те чи інше ефективне управлінське рішення, прогнозує наперед наслідки його прийняття чи неприйняття, чи бездіяльності. При цьому вказуються як позитивні так і негативні наслідки прийняття/неприйняття таких рішень.

На думку вчених, *ІАД* – це сукупність дій на основі концепцій, методів, засобів, нормативно-методичних матеріалів для збору, накопичення, обробки та аналізу даних з метою обґрунтування та прийняття рішень.

*Прийняття рішень* – це науковий напрям, завданням якого є синтез раціональних схем вибору альтернатив і оцінювання їх якостей. Завдання його в тому, щоб із багатьох конкуруючих стратегій рішення деякої проблеми, на основі аналізу умов і наслідків її реалізації вибрати кращу (оптимальну).

Сьогодні *аналітика* – це розгалужена і складна система знань, складовими частинами якої є й інші науки: *логіка* (наука про закономірності правильного мислення), *методологія* (система принципів, методів і прийомів пізнавальної діяльності), *евристика* (наука, що відкриває нове в різних сферах життя), *інформатика* (наука про інформацію, способи її отримання, накопичення, обробки і передачі).

В сучасних умовах роль аналітичної діяльності постійно зростає. Аналітики все більше і більше впливають на розвиток людства, всі сфери суспільного життя. У багатьох, особливо в економічно розвинених країнах масово

створюються *інформаційно-аналітичні служби* в різних органах державної влади, приватних структурах, партіях тощо. Серед причин такого бурхливого розвитку інформаційно-аналітичних служб виділимо:

- систематичне об'єктивне зростання рухливості суспільних, економічних, політичних процесів в світовому масштабі з їх структуруванням, динамічним розвитком, але з непередбачливою поведінкою. Зрозуміло, що є необхідність дати оцінку цим процесам, що весь час змінюються;

- в соціальному управлінні сучасна людина зіткнулася з проблемами, які потребують осмисленого вирішення. Ускладнення соціальних систем (а це – об'єктивний процес) веде до росту їх нестабільності, кризових явищ. Намагання уникнути втрат примушує управлінців шукати оптимальні рішення з мінімальними ризиками. Для цього їй необхідний всебічний аналіз ситуації з наступними висновками, що дозволить досягти бажаного результату;

- напружена динаміка росту соціальних процесів породжує величезні неконтрольовані, суперечливі потоки інформації, які потребують відповідного дослідження, аналізу, контролю, що без ефективних сучасних аналітичних технологій неможливо зробити;

- зростання конкуренції, а той конфронтації між державами за володіння зонами впливу, економічними важелями, природними ресурсами тощо. Аналітичні служби дозволяють приймати такі управлінські рішення, які забезпечують від конфліктів, контролюють та прогнозують кризові явища.

В сучасних умовах ІАД стає необхідною потребою суспільства, одним із найважливіших і найвпливовіших факторів стабільності і життєдіяльності будь-якої держави.

ІАД зводиться до двох важливих чинників:

- по-перше, отримується прямий результат, що виникає як підсумок пошуків оптимального управлінського рішення;

- по-друге, є також і непрямий результат – це зміна уяви управлінців про той об'єкт чи явище, які вони аналізували.

На жаль, сьогодні в світі, зокрема й в Україні, ще недооцінюється значення і роль аналітичних служб в управлінській діяльності, суспільних процесах, партійних справах. Така неповага до аналітики без перебільшення загрожує національній безпеці країни.

На думку вчених, для нашої країни у зв'язку з хронічним недофінансуванням і не фінансуванням, у зв'язку з ембріональністю всієї інформаційної інфраструктури і, головне, у зв'язку з недостатньо розвинутим попитом на інформаційну продукцію, у свою чергу, пов'язаним з недостатньою



кваліфікацією значної частини управлінських кадрів, бізнесменів та керівництва громадськими організаціями, відставання у створенні аналітичних, інформаційно-аналітичних структур на сьогодні не є особливо відчутним. Варто зауважити, що це відставання є відставанням, відкладеним у майбутнє. Воно набиратиме гостроти з розвитком процесу інформатизації українського суспільства і, головне, – з процесом входження його у сферу впливів постіндустріального етапу розвитку суспільства.

Адже саме аналітична інформація є найціннішим продуктом на ринку інформації. Економічний глобалізм ХХ ст. у його останній чверті внаслідок закономірного технологічного стрибка перетворив інформаційну індустрію, що обслуговує процес економічного розвитку, в особливу, якісно нову галузь у загальній структурі економіки, що стала плацдармом, з якого, власне, почалася нова, інформаційна епоха. Розпочалося продукування товару нового типу, глобального товару з новими економічними властивостями, необмеженого відтворення й накопичення та багаторазового використання інформації, і, що треба особливо підкреслити, якщо ми говоримо саме про аналітику, – *масове продукування нової інформації на основі зібраної – первинної*.

Елементи аналітичної діяльності були відомі ще в давнину. Засновником аналітики вважають знаменитого давньогрецького філософа Сократа (бл. 469 – 399 до н. е.), який виробив свій власний метод аналітичних роздумів. Суть його – в аналізі ситуації під час полемічного діалогу, яким майстерно володів філософ. Використовуючи полемічний аналіз, Сократ вміло вибудовував діалог таким чином, щоб спростувати аргументи свого співрозмовника і майже завжди досягав мети, бо в основі полеміки завжди посилався на факти життя, логіку міркувань, етичні норми. Вирішальну роль у виникненні аналітики зіграв Аристотель (384 – 322 рр. до н. е.). В своїх книгах «Перша аналітика», «Друга аналітика» він вперше систематизував прийоми міркувань, зробив їх предметом наукових пошуків. Він відкрив закон тотожності, закон суперечності, закон виключення третього, діалектики індукції, дедукції і логічного синтезу, визначив категорії, мету, простір, час, рух, кількість і якість, форму і матерію, можливість і дійсність, необхідність і випадковість, особливе і загальне та інші глобальні питання. Найбільша ж заслуга Аристотеля в тому, що з нього починається системне світобачення і системне дослідження природи.

Сучасний рівень розвитку ІАД у провідних країнах світу є результатом тривалого історичного процесу еволюційних і революційних перетворень. При цьому чітко відслідковується взаємозв'язок між розвитком суспільства, особливо матеріального виробництва, та зростанням потреби суб'єктів в

інформації. Прогрес в організації інформаційної діяльності пов'язаний з розвитком двох якісно відмінних між собою типів технологічних процесів: обробкою повідомлень у широкому розумінні цього терміна і передачею повідомлень.

Варто нагадати головні етапи технологічної трансформації у сфері оброблення та передавання інформації. Наслідком цих перетворень було набуття людським суспільством нової якості, формування нової соціально-технічної парадигми – інформаційного суспільства.

*Перша революція* пов'язана із винаходом писемності, що привело до гігантського якісного і кількісного стрибка. З'явилася можливість передавання знань від покоління до покоління.

*Друга революція* (середина XVI ст.) спричинена винаходом з книгодрукування, який радикально змінив індустріальне суспільство, культуру, організацію діяльності.

*Третя революція* (кінець XIX ст.) зумовлена винаходом електрики, завдяки якій з'явилися телеграф, телефон, радіо, які дають змогу оперативно передавати і нагромаджувати інформацію в будь-якому обсязі.

*Четверта революція* (70-і рр. XX ст.) пов'язана з винаходом мікропроцесорної технології і появою персонального комп'ютера. На мікропроцесорах та інтегральних схемах створюються комп'ютери, комп'ютерні мережі, системи передавання даних (інформаційні комунікації). Цей період характеризують три фундаментальні інновації: перехід від механічних та електричних засобів перетворення інформації до електронних; мініатюризація всіх вузлів, пристроїв, приладів, машин; створення програмно-керованих пристроїв і процесів.

*Остання, інформаційна революція* (наприкінці 1990-х років) почалась і набула найбільшого розвитку в комерційному підприємстві. Вона зумовила необхідність зміни погляду на сутність і призначення комерційного підприємства – його почали розглядати як механізм створення вартості та добробуту. У свою чергу, ця концепція висунула інше питання – для кого комерційне підприємство створює вартість і добробут, чим дала поштовх до розвитку корпоративного управління.

Історія формування інформаційно-аналітичних служб (ІАС) починається з середини XX ст. Вперше цей термін *think tanks* з'явився в США під час Другої Світової війни. Так тоді називали захищене від прослуховування місце (tank), де цивільні та військові експерти розробляли стратегії бойових дій. Вони також

використовувались для розробок безпечного середовища для військових стратегічних органів.

Перші аналітичні структури виникли у США, Великій Британії та Німеччині на початку ХХ ст. як реакція наукових та політичних кіл на зміни у сфері світової економіки та міжнародної безпеки. Провідні позиції США на світовій арені, переконаність політичної еліти цієї країни, що саме Америка несе відповідальність за міжнародний порядок, спонукали політиків і науковців шукати шляхів мирного розв'язання суперечливих питань у взаємовідносинах різних держав, вироблення стратегій розвитку країни, захисту національних інтересів у світі, що динамічно змінюється.

Однією з найстаріших think tanks є американський Фонд імені Р. Сейджа (Russell Sage Foundation), заснований 1907 р. Його головним завданням стало проведення наукових досліджень стосовно розвитку індустріального суспільства в США. Як відзначають дослідники, діяльність цієї організації сприяла розвиткові громадянського суспільства в країні. Фонд взяв на себе завдання професійно сприяти подоланню соціальних негараздів у суспільстві.

У 1990-і роки відбулися суттєві зміни в діяльності «фабрик думок». Численні інститути, які вивчали проблеми зовнішньої політики, політики безпеки, реорганізували свою діяльність. Збільшення кількості «фабрик думок», проблеми з фінансуванням спонукали їх до запровадження «цільового маркетингу». З широкої сфери політичних досліджень вони обирали вузьку спеціалізацію. До таких «think tanks» належать організації, які проводять численні соціальні, екологічні, технічні дослідження. Та вузька спеціалізація є певним ризиком, оскільки загрожує самому їх існуванню після можливого припинення фінансування фондами чи приватними особами, які можуть втратити інтерес до їх проблематики.

Сьогодні, в часи всіляких криз, насамперед, в економіці, керівні представники західних аналітичних шкіл працюють над узагальненням накопиченого за останні десятиліття досвіду (перш за все – негативного досвіду, обумовленого прорахунками аналітичних служб різних рівнів). Чиняться спроби інтеграції цього досвіду в систему поглядів на методи розробки управлінських рішень, що видавалися такими досконалыми і перш за все прогностичної діяльності з метою упередження негативних явищ, ризиків і небезпек. Алгоритм прогнозування стає ще більш досконалішим і обачливим: «а що буде після того, як...».

Фахівці називають основними професійними рисами керівника «аналітичність мислення, здатність до прогнозування ситуацій і результатів

діяльності»; «здатність відбирати, систематизувати, аналізувати та узагальнювати інформацію»; «здатність розкласти проблему на складові частини, визначити і чітко сформулювати головні в даний період діяльності системи, визначити значущість кожного із змінних факторів, умов, проміжних результатів і таким чином здійснити комбінацію складових елементів з метою прийняття рішення з даної проблеми; здатність до дослідження протиріч у спостережуваних фактах, співставлення різних явищ і до виявлення характеру зв'язку між цими явищами».

Серед п'яти ключових компетенцій менеджера виділяють: інформаційну компетенцію (здатність побудови ефективної системи інформаційних ресурсів, необхідної для формування інформаційно-правової основи прийняття управлінських рішень; здатність визначення затребування певного інформаційного ресурсу в межах оперативного та стратегічного управління організацією) та аналітичну компетенцію (здатність обумовленої оцінки ефективності запропонованої для використання системи інформаційних ресурсів; здатність об'єктивної оцінки позитивних та негативних аспектів кожного компоненту системи інформаційних ресурсів; здатність здійснення оперативної аналітичної оцінки інформаційних потоків, отриманих від кожного компоненту інформаційної системи; уміння оперативно й ефективно здійснювати аналітичне співставлення інформаційних потоків, що виходять від кожного компонента системи інформаційних ресурсів; здатність формулювання на основі отриманої інформації комплексних аналітичних висновків; здатність інтерпретувати, систематизувати, критично оцінювати і використовувати отриману інформацію в контексті вирішуваного управлінського завдання або проблеми).

Для *менеджера-аналітика* важливими є процеси одержання, накопичування, обробки і передавання інформації, оскільки:

- ІАД дозволяє зібрати дані в цілісну картину про те, що відбувається, й спрогнозувати на перспективу дії різних факторів, структур, груп інтересів;
- аналітична діяльність забезпечує інформацією всі етапи управлінського циклу, підготовку, прийняття управлінських рішень і контроль за їх реалізацією;
- інформаційно-аналітична робота забезпечує стадії визначення проблем системи управління та їх аналіз; підготовку та прийняття управлінського рішення; контроль за його виконанням та оцінку його ефективності.

Таким чином, інформаційно-аналітична робота є важливою складовою праці управлінського персоналу, передумовою прийняття ефективних управлінських рішень.

Інформаційний підхід до ІАД дозволяє відносити її до напряму інформаційної діяльності, зокрема, трактувати її в якості комплексної інформаційної діяльності, що застосовує засоби та методи науково-інформаційної діяльності та інформатики.

### **3.2 Теоретична база ІАД**

Теоретичною базою ІАД є головні положення науково-інформаційної діяльності (НІД) та наукової інформатики.

Інформаційна діяльність взагалі є невід'ємною частиною всіх сфер суспільного життя. Вона має певні цілі та завдання, для реалізації яких існують конкретні засоби, що сприяють отриманню необхідних результатів. У нашій державі існують спеціальні інформаційні установи, що складають систему інформаційного забезпечення користувачів документальною інформацією універсального, галузевого, проблемно-тематичного змісту. Створюються також умови для здобуття професійної освіти в цій галузі – підготовка фахівців для роботи в підрозділах інформації. Водночас, інформаційні структури формуються як органічні складові багатьох установ, організацій, фірм. Інформаційна діяльність охоплює всі галузі науки, освіти, виробництва, а також економіку, політику, культуру, техніку, природознавство тощо. Отже, вона є не тільки окремою функцією суспільства, а й складовим елементом людського життя.

НІД – це соціально-організований різновид наукової праці, яка виконується в цілях підвищення ефективності досліджень і розробок і полягає в здійсненні таких головних процесів, як: збір, аналітико-синтетична переробка, зберігання і пошук закріплених в документах наукової інформації, а також в наданні (або розповсюдженні) цієї інформації ученим-дослідникам і фахівцям у відповідний час і в зручній для них формі (в межах інформаційного забезпечення та інформаційного обслуговування).

НІД вважають ключовим напрямом ІАД. Вона має свій предмет і методи дослідження, що відбито у Законі України «Про науково-технічну інформацію» (1993 р.). НІД визначається у цьому Законі як «сукупність дій, спрямованих на задоволення потреб громадян, юридичних осіб і держави у науково-технічній інформації, що полягає в її збиранні, аналітико-синтетичній обробці, фіксації, зберіганні, пошуку і поширенні». Об'єктом НІД є наукова інформація, яка відображає відомості про досягнення науки, техніки, виробництва, одержані в ході науково-дослідної, дослідно-конструкторської, проектно-технологічної, виробничої та громадської діяльності. Тому зазвичай цей вид діяльності пов'язують, насамперед, із галузями природничих, технічних,

сільськогосподарських наук. Узагальнюючи існуючі визначення НІД, зупинимося на наступному.

НІД зародилася в кінці ХІХ в. у межах бібліотекознавства під впливом потреб самої науки. Стрімке зростання досягнень в науці і техніці супроводжувалося швидким зростанням кількості що виходить в світі науково-технічної літератури і розширенням круга її потенційних читачів. Протягом багатьох століть потреби освічених людей в інформації задовольнялися бібліотеками. До винаходу книгодрукування рухомими літерами в ХV в. широкі верстви населення були безграмотними і тому бібліотек не потребували. До кінця ХІХ в. розповсюдження письменності населення в розвинених країнах зросло до такого ступеня, що масові читачів в них стало значно більше, чим учених і фахівців. Тому бібліотеки в цей час розділилися на спеціальні (наукові і науково-технічні) і масові. Для масових бібліотек головним є культурно-просвітницьке завдання. Завдання наукових і науково-технічних бібліотек полягає в інформаційному обслуговуванні учених і фахівців. В даний час багато спеціальних бібліотек одночасно з бібліотечними виконують й інформаційні функції, фактично виконуючи роботу служб науково-технічній інформації (НТІ).

Фундаторами сучасної науки про інформацію, на думку вчених, стали бельгійський соціолог і документаліст Поль Отле (1868-1944) та його сподвижник Анрі Лафонтен (1854-1943), які створили на початку ХХ ст. Універсальну десяткову класифікацію (УДК) – систему, якою користуються сьогодні всі країни світу. Вони запропонували проєкт створення Універсального бібліографічного репертуару (УБР), який не був здійснений. Отле і Лафонтен бачили в цих класифікаціях лише засоби для досягнення довершеної системи організації знань. Їх головною ідеєю було переконання в необхідності впорядкування усесвітньої системи наукової комунікації. Ці цілі і сьогодні ще далеко не досягнуті, а потреба у вдосконаленні наукової комунікації відчувається гостріше, ніж 100 років тому.

НІД остаточно виділилася як наукова підсистема в середині ХХ в. У більшості розвинених країн світу існують національні або державні системи науково-технічної інформації, а їх уряди створюють спеціальні органи для управління цими системами. За деякими оцінками, в світі на організацію цієї діяльності щорічно витрачається понад 10 млрд. доларів. У радянський період існувала Державна система науково-технічної інформації (ДСНТІ), пізніше на її основі стали формуватися аналогічні системи пострадянських держав, у тому числі і України.

До сьогоднішнього часу існує дві крайнощі в розумінні місця НІД в структурі наукової праці. Одна з них зводить цю діяльність до сукупності чисто технічних операцій, які полегшують фахівцям доступ до необхідної інформації або ж сучасного різновиду бібліотечний-бібліографічного обслуговування. Цієї позиції часто дотримуються учені-теоретики й бібліотекарі. Інша точка зору, що висловлюється деякими вченими-інформатиками, інженерами і менеджерами, полягає в тому, що, оскільки немає чіткої межі між інформаційним і дослідницьким аналізом і синтезом, то немає і межі, що розділяє інформаційну і дослідницьку діяльність. Така позиція відображає потребу фахівців, що росте, в аналітичних і прогнозних оглядах і не робить відмінностей між інформуванням і отриманням нового знання.

На думку Р. Гіляревського, відомого вченого й фахівця в галузі наукової інформатики та науково-інформаційної діяльності, обидві ці точки зору є крайніми і невірними, оскільки ведуть до заперечення самостійного існування інформаційної діяльності. В даний час стає зрозуміло, що проблема інформаційної кризи не може бути вирішена як в рамках чистого дослідження, так і одними бібліотечний-бібліографічними методами і засобами. Для істотного підвищення ефективності будь-якої творчої роботи потрібна розробка принципово нових інформаційних методів і засобів, що є практичним завданням наукової інформатики – базової теоретичної дисципліни для НІД.

Основною метою НІД є забезпечення всіх потенційних інформаційних потреб лаконічною та кваліфікованою інформацією про нові знання, досвід і прогнози в різних сферах людської діяльності.

Конкретними *цільми* НІД є: збір наукових джерел інформації (документів), їх систематизація, аналіз і синтез, переробка, зберігання, пошук, відтворення, тиражування і розповсюдження наукової інформації.

З'ясуємо місце науки в контексті розгляду НІД. Слово «*наука*» буквально означає знання. Зазвичай під наукою розуміють суму отриманих до даного моменту знань, які створюють в сукупності певну систему. Ширше розуміння терміну «*наука*» полягає в тому, що вона є і результатом пізнання, і самою діяльністю по виробництву знань.

Як соціальний інститут наука включає наступні види діяльності:

- науково-дослідну (експериментальну і теоретичну). Її мета полягає в генеруванні нового знання;
- науково-організаційну, направлену на здійснення керівництва і управління наукою;

- науково-інформаційну, покликану забезпечити інформаційне обслуговування інших видів діяльності;
- науково-допоміжну, таку, що виконує решту всіх функцій обслуговування, крім власне інформаційного забезпечення;
- науково-педагогічну, що забезпечує рух знань з науки в інші сфери людської діяльності.

Всі компоненти і види наукової діяльності взаємозв’язані і обумовлюють один одного.

Тенденція функціонального розділення праці в науці спостерігалася ще в середині ХХ ст. Єдності теорії і практики як двох сторін наукової діяльності відповідає розділення кожної науки на теоретичну і прикладну. Через систему суспільного розподілу праці наукова діяльність пов’язана зі всіма сферами соціальної діяльності. Диференціація наук за об’єктом і предметом дослідження, а також за функціональним принципом призвела до збільшення зв’язків між науками. У вчених виникла об’єктивна необхідність в обміні науковими знаннями, в розповсюдженні результатів наукової праці. Тому функція інформування відокремилася, а НІД стала специфічним різновидом наукової праці, будучи його органічною складовою (див. рис. 3.2).

Якщо розглядати науку як інформаційний процес, то в ній можна виявити замкнутий цикл, що складається з отримання, передачі, накопичення і логічної обробки наукової інформації з метою отримання нової інформації. Цей процес реалізується завдяки циркуляції потоків наукової інформації в системі науки, що самоорганізовується. Іншими словами, існує деяка сукупність методів і засобів передачі науковій інформації, яка називається системою наукової комунікації.



Рисунок 3.2 – Суспільний розподіл праці в науці за функціональною ознакою

У системі наукової комунікації виділяють неформальні і формальні процеси.

Неформальні процеси, як правило, здійснюються самими дослідниками. До них відносяться: безпосередній діалог між ученими і фахівцями про дослідження



та наукові розробки; усні доповіді перед колегами; обмін препринтами наукових публікацій тощо.

До формальних процесів відносяться: редакційно-видавничі і поліграфічні процеси, необхідні для публікації рукопису, включаючи її рецензування; процеси розповсюдження наукових публікацій, включаючи пов'язані з такими процесами аспекти книготоргівлі; бібліотечний-бібліографічна справа й архівна діяльність; науково-інформаційна діяльність.

Таким чином організаційно оформилися певні структури наукових комунікацій, завдяки яким значно зменшилася роль в них вчених-дослідників, а самі ці структури створили окремі галузі знань та суспільного життя.

Об'єктом дослідження в науковій інформатиці є «наукова інформація», що розуміється в широкому сенсі слова як інформація, отримана методами об'єктивного (наукового) пізнання і використовується у всіх сферах суспільного життя, а не тільки в науці як такий. У цьому сенсі наукова інформація протиставляється зокрема «художній інформації» і об'єднується з діловою інформацією у сфері бізнесу. Таким чином, об'єктом наукової інформатики є наукова інформація (логічна структура знання) і закономірності науково-інформаційної діяльності (її теорія, історія, методика, організація), яка полягає в зборі, обробці, зберіганні, пошуку і розповсюдженні НТІ.

Найбільш актуальні проблеми, вивченням яких займається наукова інформатика, є наступні: семіотичні основи наукової інформації і наукової комунікації, моделювання інформаційних процесів і систем; властивості і закономірності документальних інформаційних потоків, автоматизація семантичної (сисловою) обробки інформації (автоматизація реферування, індексування, перекладу); автоматизація інформаційного пошуку на базі сучасної обчислювальної техніки тощо.

Згідно з Р. Гілярєвським в інформатиці, що досліджує закономірності науково-інформаційної діяльності, вироблені *специфічні ідеї і методи*, які не відомі ніяким іншим науковим дисциплінам:

- опис змісту документа ключовими словами;
- координатне індексування;
- використання дескрипторів як класів умовно еквівалентних ключових слів;
- інформаційно-пошуковий тезаурус як засіб представлення знань;
- інверсна організація пошукових масивів;
- вибіркоче розповсюдження інформації про релевантні документи;
- інтерактивний (діалоговий) пошук інформації;

- ранжирування документів за ступенем релевантності;
- автоматична класифікація документів за змістом;
- аналіз бібліографічних посилань для пошуку інформації і наукометрії (галузь наукознавства, що займається статистичними дослідженнями структури та динаміки масивів і потоків наукової інформації);
- закони зростання, розсіяння і старіння публікацій, їх інформаційної цінності.

Побудова інформаційного суспільства висуває на передній план *змістовне дослідження інформації*, яка стає третім і все більш важливим видом ресурсів, який доповнює і багато в чому замінює традиційні ресурси – матерію і енергію.

Слід зазначити, що широка область інтересів інформатики зумовила, окрім наукової інформатики і інші тлумачення її об'єкту і предмету вивчення. Можна говорити про концепції інформатики як науки, які розвивали вчені радянського періоду, серед яких видатними визнані наступні:

- «Інформатика» (К. Тараканов і ін.). – інформатика як наука вивчає закономірності інформаційних процесів в соціальних комунікаціях;

- «Соціальна інформатика» (проф. А. Соколов) – інформатика розуміється як суспільна наука, що вивчає загальні структуру і властивості соціальної інформації і загальні закономірності інформаційного обслуговування в суспільстві»;

- «Документалістика» (Наукова Рада з кібернетики при Президії АН СРСР) – одна з прикладних галузей кібернетики, що займається оптимізацією управління документальними системами всіх типів – від виборчого мистецтва до діловодства;

- «Теоретична інформатика» (УКРІНТЕІ, проф. Г. Калитич, Ю. Канигін та ін.) – інформатика – це самостійна наука, що вивчає інформаційні процеси і системи, що відносяться до області соціальної практики; основним є поняття інформаційного ресурсу в умовах еволюції цивілізації до інформаційного суспільства.

Усі вище перераховані концепції об'єднує те, що своїм основним завданням автори вбачають дослідження шляхів оптимізації інформаційного обслуговування суспільства; сама інформатика представлена суспільною дисципліною по вивченню закономірностей соціальної комунікації в цілому і окремих її видів (наукової, документальної), а проблематика досліджень інформатики стосується, перш за все, самого феномена інформації і інформаційних носіїв, документальних інформаційних потоків інформаційних систем, проблем автоматизації інформаційного пошуку та ін.

Інформатика містить дві частини (або аспекти вивчення): *теоретичну* і *прикладну (практичну)*. У теоретичному розрізі інформатика виявляє і формулює внутрішні стійкі залежності і закономірності наукової інформації, в прикладному аспекті – розробляє рекомендації з оптимізації інформаційного сервісу, використанню інформаційних ресурсів і інформаційних технологій в цілому.

Відповідно до цих аспектів у закладах вищої освіти, що готують фахівців в галузі інформатики, викладаються дві навчальні дисципліни: Теоретична інформатика і Інформаційні технології (прикладна інформатика).

Для фахівців сфери ІАД важливими аспектами вивчення є *семантичні (змістовні)*, в той же час необхідними є знання і навички застосування інструментів і інших засобів інформаційних і телекомунікаційних технологій (зокрема, Інтернет).

Резюмуючи вище сказане, відзначимо, що основну увагу слід приділяти саме концепції «наукова інформатика», оскільки вона вплинула на розвиток НІД в період її організаційного оформлення, а в даний час залишається її основною науковою платформою для практичної діяльності.

Отже, ІАД безсумнівно є широкою і багатогранною сферою діяльності. Вона включає в себе підбір і систематизацію фактів щодо певного питання, їх оцінку, відбір, тлумачення, чітке й продумане викладення в усній або письмовій формі. Варто зазначити, що добування необхідних матеріалів, діяльність, пов'язана з придбанням, систематизацією, перекладом і поширенням книг та документів сюди не відноситься.

### **3.3 Науково-інформаційна діяльність у контексті інформаційної індустрії та інформаційного сервісу**

Інформаційна індустрія або «індустрія знань», за визначенням Ф. Махлупа (США), включає п'ять видів інформаційної діяльності:

- 1) наукові дослідження і розробки;
- 2) освіта;
- 3) засоби масового спілкування;
- 4) інформаційні машини;
- 5) інформаційні послуги.

Американські вчені ввели і таке поняття, як первинний і вторинний інформаційний сектор.

*Первинний інформаційний сектор* – це сектор, який виробляє продукцію і послуги, пов'язані з обробкою, розподілом і передачею інформації (видавництва, розробники програмного забезпечення і т. ін.).

*Вторинний інформаційний сектор* – це вся інформаційна діяльність (збір, зберігання, розподіл і споживання інформації), яка має місце при виробництві інформаційних продуктів і послуг (бібліотеки, довідкові і інформаційні служби та ін.).

Основними видами інформаційної діяльності як прояву суто інформаційних технологій є:

- 1) наукова діяльність і проєктні розробки;
- 2) редакційно-видавнича діяльність;
- 3) кредитно-фінансова діяльність;
- 4) освіта;
- 5) розповсюдження інформації і зв'язок;
- 6) засоби масового спілкування (книги, музика, картини тощо);
- 7) управлінська діяльність.

До видів інформаційної діяльності включаються також виробники інформаційної техніки і матеріальних носіїв інформації, а також обслуговування інформаційних технологій. Ця діяльність визначається терміном «інформатика», який вбирає в себе формування, зберігання, передачу, використання інформаційних ресурсів на основі комп'ютерних технологій і їх соціальної корисності.

За своєю специфікою науково-інформаційна діяльність (НІД) типу бібліотечної включає 2, 4, 5 і 6 види інформаційної діяльності і представляє вторинний інформаційний сектор. Вона підпорядкована наданню різноманітних (освітніх, дозвільних, комунікаційних і т. ін.) матеріалізованих і нематеріалізованих продуктів і послуг.

У науковий обіг поняття «інформаційний сервіс» ввів Д. Блюменау, використавши його в назві своєї книги «Інформація та інформаційний сервіс» (1989 р.). Автор відмічав: «Ми живемо у світі Сервісу. Більшість з нас або безпосередньо працюють у тому чи іншому сервісі – транспортному, енергетичному, зв'язку, медичному, торговельному, педагогічному, культурно-просвітницькому, інформаційному тощо, або беруть участь у створенні засобів і способів – індустрії для різних видів сервісу. Розуміти це потрібно у тому розумінні, що Сервіс – будь-який різновид суспільно корисної праці, спрямований на задоволення розумних потреб людини».

Усвідомлення світовою спільнотою значення людського фактора і цінності, унікальності, неповторності кожної особи змусило розвернути усі галузі науково-практичної діяльності в сторону індивіда. Прийшло розуміння важливості сервісу, за рівнем розвитку якого судять про якість життя населення.

Темпи росту сфери послуг значно перевищують темпи росту товарного виробництва, при чому проявляється закономірність розвитку світової цивілізації – пріоритет соціальних аспектів.

Термінологія цього наукового напрямку ще не затверджена, що проявляється у багатоваріантності понять, вживаних для позначення тої самої соціально-економічної реальності: «невиробнича сфера», «нематеріальна сфера економіки», «сфера послуг», «нематеріальне виробництво», «духовне виробництво». Поширюється англійський варіант цього поняття – сервісна діяльність.

Сервісна діяльність пов'язана з наданням особливої продукції – *послуг*, що задовольняють загальні (типові, стандартні) або індивідуалізовані потреби людей. Її специфіка полягає в обов'язковості участі в ній споживача послуг.

Можна виокремити деякі наступні види і завдання професійної діяльності – спеціаліста с сервісу:

*А) у межах власне сервісної діяльності:*

- аналіз замовлення на послуги, проведення експертизи та діагностики;
- дослідження можливостей й методів надання послуги;
- розробку проєкту і технології надання послуги;
- узгодження, оформлення і доведення послуги до споживача.

*Б) у межах виробничо-технологічної діяльності:*

- організацію приймання замовлення на надання послуги;
- розробку проєкту надання послуги;
- організацію технологічного процесу для виконання послуги;
- вибір спеціального обладнання і технічних засобів для надання послуги;
- використання ІТ для вирішення завдань технологічного процесу надання послуги та ін.

*В) у межах організаційно-управлінської діяльності:*

- організацію сервісної діяльності підприємств; прийняття управлінських рішень по наданню послуги;
- організацію контактної зони для спілкування зі споживачем послуги; підбір співробітників;
- планування сервісної діяльності підприємств, прогнозування розвитку підприємства при зміні асортименту послуг;
- оцінку виробничих і невиробничих витрат на забезпечення діяльності підприємства та інші.

Сервісна діяльність у порівнянні з іншими галузями застосування сил людини має низку яскраво виражених специфічних рис. Насамперед, вона орієнтована на задоволення потреб клієнтів, і лише через їхню оцінку якості послуг судять про ефективність обслуговування населення.

Іншою особливістю цієї сфери є включення споживача у процеси створення і надання послуг, безпосередня чи опосередкована взаємодія виконавця і клієнта. Часто це проявляється у збіганні у часі процесів виробництва і споживання послуг.

Серед різноманітних видів сервісу інформаційний сервіс і забезпечуюча його індустрія інформатики розвиваються якнайшвидше. Разом з тим у ряді інформаційних послуг в основному розглядаються розроблення програмних засобів, формування баз даних, надання доступу до Інтернету, включаючи організацію інтернет-кафе і клубів, консультації у галузі програмного забезпечення, телекомунікаційні послуги (електронна пошта, дошки оголошень та інше). Діяльність служб інформації, бібліотек як сервісна досліджена значно менше.

Обслуговування – це видима частина айсбергу, та діяльність, по результатах якої користувачі судять про необхідність, корисність для них бібліотеки чи служби інформації. Вся інша діяльність (комплектування довідково-інформаційного фонду, ведення довідково-пошукового апарату та інше) залишається прихованою від очей користувачів і сприймається ними як допоміжна, а іноді, навіть як другорядна.

У процесі організації обслуговування можна виокремити кілька послідовно виконуваних *етапів*:

- 1) вивчення користувачів;
- 2) вибір режиму і форми обслуговування;
- 3) аналіз інформаційних ресурсів, які можуть бути використані при обслуговуванні;
- 4) підготовка (чи придбання) інформаційної продукції;
- 5) вивчення ефективності обслуговування.

Під впливом соціально-економічного розвитку суспільства у змісті кожного з цих етапів відбулися суттєві зміни, аналіз яких дозволяє прослідкувати еволюцію обслуговування користувачів від бібліотечної справи через бібліотечно-бібліографічне до інформаційного і прогнозувати перехід до інформаційного сервісу. Розглянемо ці етапи послідовно.

Дослідженню читачів у бібліотечній теорії і практиці завжди приділялася серйозна увага. Традиційно вивчення читачів базувалося на статистичних

показниках: число читачів; кількість відвідувань; обсяг книговидачі та ін. В середині цих показників аналізувалися соціально-демографічні характеристики читачів: стать, вік, соціальний стан, освіта, сфера діяльності і т. ін., що дозволяло застосовувати принцип диференційованого підходу до користувачів бібліотеки на основі їх вивчення. Суть цього принципу в тому, що сила впливу книги зростає, якщо вона адресується не читачеві взагалі, а певній людині, максимально відповідає його читацькій підготовці, потребам і інтересам. Поряд з опитуванням до числа головних дослідницьких методів вивчення читачів відносився метод аналізу читацьких формулярів, який дозволяв виявити тематику запитів і типо-видову картину читання.

У той же час у надрах науково-інформаційної діяльності активно розвивався новий науковий напрям, присвячений вивченню інформаційних потреб. Він привніс у практику обслуговування уявлення про об'єктивні і суб'єктивні інформаційні потреби, вплив умов науково-виробничої діяльності на їх формування, особливостях потреб різних категорій спеціалістів – керівників, наукових працівників, конструкторів та ін. Далі почала вивчатися інформаційна поведінка різних груп споживачів. Особливе місце посіли дослідження по формуванню інформаційної культури особистості. Усі ці розробки склали «золотий фонд» обслуговування, їх значимість не зменшується й сьогодні.

Головне – прослідковується тенденція поглиблення інтересу до потреб окремої особи. У якості об'єкта вивчення спочатку виступали великі соціальні групи (робітники, сільські мешканці), далі вивчалися інформаційні потреби окремих професійних груп (медиків, вчителів, вчених) і потім інформаційна поведінка конкретної особи.

Уявляється, що надалі мають вивчатися не лише інформаційні потреби і інформаційна поведінка, а й споживчі вимоги (споживчі переваги) як до інформаційної продукції, так і до комфортності обслуговування в цілому.

З поглибленням уявлень про потреби принципово змінюється процедура вибору режиму і форми обслуговування. Спочатку обслуговування розпочиналося з моменту надходження запита й або закінчувалося на стадії його задоволення, або продовжувалося, тобто переходило в поточний режим, якщо на це було бажання читача.

З часом виникло й почало використовуватися службами інформації підприємств і науково-технічних бібліотек (НТБ) випереджувальне обслуговування без запитів, яке передбачало б інформаційне обслуговування планів НДР, ДКР або виробничої діяльності.

Протягом століть основним і єдиним ресурсом, на базі якого здійснювалося обслуговування читачів, був власний фонд бібліотеки чи інформаційної служби. Саме обсягом и складом фонду вимірювалися можливості по організації комфортного обслуговування. Склад фонду розкривався за допомогою довідково-бібліографічного (довідково-пошукового) апарату до нього.

Ситуація почала змінюватися, коли прийшло усвідомлення обмеженості можливостей будь-якого окремого фонду. Основним інструментом реалізації інформаційної взаємодії довгий час був міжбібліотечний абонемент. Поширювалося створення єдиних територіальних довідково-інформаційних фондів.

Кінець ХХ ст. позначився бурхливим розвитком інформаційних технологій, що допомогло знизити вплив географічних, відомчих та інших бар'єрів, що стоять на шляху забезпечення доступності інформації. Інформаційне обслуговування почало орієнтуватися на використання сукупних інформаційних ресурсів суспільства. Інструментами навігації в цих ресурсах явилися електронні каталоги як окремих бібліотек, так і бібліотечних консорціумів. Міжбібліотечний абонемент трансформувався в електронну доставку документів.

Таким чином, можна прослідкувати тенденцію розширення ресурсної бази обслуговування. Інформаційні ресурси, доступність яких забезпечується за рахунок сучасних ІТ, безумовно виявляються тим компонентом, від повноти і якості якого багато в чому залежить кінцевий результат, тобто якість інформаційного продукту чи послуги.

Іншим важливим компонентом, що впливає на якість кінцевого продукту, є глибина перетворення вихідних ресурсів, тобто рівень наукоємності інформаційної діяльності, професіоналізм інформаційних працівників. Можна прослідкувати інтелектуалізацію, еволюцію результату обслуговування (кінцевого інформаційного продукту, що надається споживачу): *від документа до змісту документів*. Розвиток прийомів аналітико-синтетичної переробки інформації дозволив поетапно переходити від бібліографічного описання – до анотування – реферування – екстрагування фактичних відомостей – синтезу нового знання на базі текстів окремих документів і їх місця в документальному потоці.

Комфортність обслуговування проявляється в наданні споживачу не базової, а обробленої інформації у вигляді досьє, дайджестів, оглядів та іншої інформаційної продукції.



З поглибленим вивченням інформаційних потреб і розширенням асортименту послуг прийшло нове розуміння ефективності обслуговування. Спочатку основним інструментом вивчення задоволеності читачів був аналіз відмов на потрібну читачам літературу. Потім стали використовуватися так звані карти зворотного зв'язку (наприклад, для вибіркового поширення інформації).

Як бачимо, суттєві зміни, що відбулися в інформаційному обслуговуванні, вимагали все більш глибоких професійних знань від інформаційно-бібліотечних працівників.

Розгляд еволюції обслуговування користувачів свідчить про закономірність переходу від *бібліотечного обслуговування* до *інформаційного сервісу*. Використання терміну «сервіс» визначає зміну філософії обслуговування, а не факт використання в інформаційно-бібліотечній діяльності «модної» термінології.

Перетворення інформації в основний ресурс розвитку постіндустріального суспільства вже сьогодні обумовлює швидкі темпи розвитку інформаційного ринку. Успішно функціонувати на ньому зможуть лише ті інформаційні служби і бібліотеки, які зможуть забезпечити конкурентоспроможність пропонованих ними продуктів і послуг.

Для доказу можливості і доцільності вивчення і організації інформаційного обслуговування як сервісної діяльності потрібно відповісти на ряд запитань:

- які переваги дає такий розгляд;
- які загальні положення і розробки в галузі сервісології доцільно використовувати стосовно до інформаційного обслуговування;
- яка специфіка інформаційного обслуговування і інформаційних послуг у порівнянні з іншими галузями сервісу; яким чином вона має враховуватися у практиці роботи бібліотек і служб інформації.

Спробуємо дати відповіді на запитання. Розгляд інформаційного обслуговування через призму сервісу і уявлень, які склалися в цій сфері, дозволяє вийти за межі звичних поглядів, прийнятих у бібліотечній науці і практиці. При цьому також виявляється, що більшість фундаментальних підстав цієї сфери справедливі і для інформаційного обслуговування. До найважливіших постулатів відносяться:

- безумовний пріоритет потреб користувачів; направленість усієї діяльності бібліотеки чи служби інформації на задоволення цих потреб; необхідність постійного перепроєктування (реінжиніринга) технологічних процесів для підвищення якості обслуговування;

- обов'язковість забезпечення захисту прав споживача і необхідність відповідності якості послуг прийнятим стандартам; розробка таких стандартів;
- все більша індивідуалізація послуг, й, зрозуміло, підвищення складності і подорожчання процесів обслуговування;
- включення в поняття «комфортності» часових, психологічних, етичних, естетичних, технологічних компонентів;
- забезпечення можливості участі користувачів в контролі і удосконаленні обслуговування;
- розробка регламентуючих документів (інструкцій, положень тощо) як нормативних матеріалів, що визначають і захищають права користувачів.

Разом з тим завдання і зміст інформаційного обслуговування не можна зводити лише до сервісу, як і не можна однозначно розглядати у цій якості освітню діяльність, хоча останнім часом все частіше вживається термін «освітні послуги».

Розвиток у багатомірному просторі, а точніше на перетині цих просторів, визначає специфіку обслуговування. Можна і потрібно прагнути до забезпечення доступності інформації для всіх категорій громадян, але неможливо замінити особливість у процесах засвоєння нового знання і його творчого використання. Бібліотеки і інформаційні служби у випадку якісного обслуговування беруть на себе лише пошук і упорядкування інформації, але зовсім не звільняють, а займають час споживача. Як справедливо зауважує Д. Блюменау, продукти інформаційного сервісу на відміну від продуктів решти різновидів сервісу виявляються невід'ємним компонентом розумового процесу, який супроводжує будь-яку інтелектуальну діяльність, компонентом, «вбудованим» в цю діяльність.

Видозмінюються й інші основоположні постулати сервісної діяльності.

Безумовний пріоритет користувачів – обов'язкова вимога, що висувається до бібліотеки чи інформаційного підрозділу. Але якщо в інших сферах це реалізується шляхом вивчення і задоволення попиту, то у випадку інформаційного обслуговування доводиться враховувати, що потреби можуть бути невираженими, невизначеними, конструюються не до, а по ходу їх задоволення.

Інформаційна діяльність бібліотек традиційно пов'язується з так званим некомерційним «бібліотечним» типом обслуговування і полягає в наданні відповідно до запиту споживача (абонента) як самого документа (книг, журналів, газет тощо), так і його копій; каталогів і картотек; бібліографічних посібників; різноманітних довідок, оглядових матеріалів. Вони виконують тематичні

відбірки джерел інформації; складають оперативну інформацію, аналітичні довідки, огляди; узагальнюють інновації і досвід будь-якої діяльності; створюють каталоги і картотеки, в яких групують джерела інформації для зручності користувачів; організують виставки та інші заходи наочної пропаганди. Останнім часом бібліотеки створюють і надають у користування бази і банки даних на електронних носіях, а також послуги з дистанційного доступу до БД інших інформаційних служб, Інтернету, з проведення пошуку в інформаційних масивах, з депонування рукописів, перекладів, рефератів, копіювання матеріалу та ін., виконують роботи по забезпеченню перекладу інформації на мікрографічні й машинозчитувані носії, надають телекомунікаційні канали для забезпечення функціонування електронної пошти і проведенню телеконференцій.

Найпоширеніший же вид інформаційної діяльності в бібліотеках – інформаційне консультування в режимі діалогової інформації, який ґрунтується на високій кваліфікації фахівців і особистій їх майстерності. Інформаційне консультування суттєво відрізняється від інших сфер інформаційної діяльності. Його результат містить набуте з інформаційного ресурсу консультанта рішення конкретного завдання, сформульованого замовником, з використанням інформаційних ресурсів бібліотеки і спеціалізованих довідково-бібліографічних систем – каталогів і картотек, електронних баз і банків даних. Особлива умова інформаційного консультування – одночасний позитивний ефект у сфері практичної діяльності замовника або запобігання можливим збиткам від його некваліфікованих дій.

На основі вищевикладеного НІД бібліотеки постає як процес взаємодії органу науково-аналітичної і довідкової інформації зі споживачем, спрямований на задоволення інформаційних потреб останнього через результати групування, стиснення, спресовування, тиражування і перекладу первинних джерел інформації, а також їхньої аналітико-синтетичної обробки. Наслідком цієї діяльності виступає інформаційна продукція, призначена для вводу в систему інформаційних комунікацій і задоволення потреб споживачів.

Розмаїття напрямів і форм спеціалізації НІД на ринку інформації показує, що на сьогодні актуальним є завдання – не замикатися в колі споживачів, обмеженому відомчими чи тематичними рамками, а шукати і знаходити споживачів у суміжних галузях. Поряд з цим визріла об'єктивна необхідність йти шляхом поглиблення спеціалізації інформаційних органів і створення на цій основі високо оперативних інформаційних виробництв загальносистемного і локального характеру з наступним перетворенням їх у високо інтегровані

тематичні автоматизовані системи, об'єднані у загальнодержавну інформаційну мережу.

Крім вищеназаних характеристик, НІД має тенденцію до спеціалізації. Фактично в більшій чи меншій мірі різними формами спеціалізації охоплені всі інформаційні органи. *Розрізняється п'ять форм спеціалізованої НІД:*

1) тематична – за тематикою комплектування і змістом інформаційної продукції (органи НТІ підприємств і установ, спеціалізовані бібліотеки – музичні, театральні, історичні, медичні тощо), провідними споживачами яких є працівники певної галузі;

2) видова – за профілюючими видами матеріалів, що комплектуються і обробляються (відділи і групи патентної інформації, служби стандартизації, неопублікованої інформації, з питань культури і мистецтва тощо);

3) функціональна – за видами інформаційного продукту (бібліотечно-бібліографічне, довідково-інформаційне обслуговування, оглядово-аналітична інформація, обслуговування в режимі «вибіркове поширення інформації» (ВРІ), супровід цільових комплексних програм, серверні служби тощо);

4) технологічна – за способами переробки інформації (ручна обробка, поліграфічна, малотиражна, електро- і фотографічна, мікрофільмування, розробка і супровід комп'ютерних БД).

5) операційна – за змістом технологічних стадій і операцій, які виконуються в процесі виробництва інформаційного продукту (з використанням засобів малої механізації, механізована і автоматизована тощо).

*Тематична спеціалізація* є наслідком розподілу НІД за галузями і сферами суспільної виробничої діяльності і віддзеркалює змістову різноманітність інформаційних потреб учасників суспільного виробництва, як представників всіх галузей народного господарства і сфер діяльності. Тематично спеціалізованими слід вважати інформаційні органи, фонди і інформаційна продукція яких за своїм змістом відповідають тематиці основної діяльності провідних споживачів інформації (науково-технічної інформації, з питань культури і мистецтва, прес-центр, бізнес-центр, ділове консультування тощо).

*Видова спеціалізація* передбачає наближену до вичерпної повноту комплектування спеціалізованих фондів інформаційного органу масивами однорідних джерел інформації, що циркулюють у суспільному виробництві: книг, періодичних видань, нормативно-технічної документації, недрукованих джерел (Книжкова палата, НВО «Пошук» – патенти, НВП «Ідея» – книжково-журнальна продукція, картинні галереї тощо). Ці органи акумулюють інформаційну сировину відповідного виду, добиваючись вичерпної повноти

комплектації і, відповідно, максимально можливої концентрації інформаційних ресурсів. Виробництво інформаційної продукції при видовій спеціалізації носить масовий характер, здійснюється за єдиним технологічним циклом, що створює об'єктивні передумови для використання високопродуктивної інформаційної техніки, комплексної механізації і автоматизації процесів обробки першоджерел за оптимальною для даного виду технологією. Внаслідок цього різко знижуються витрати на обробку і видання інформації, а її створення переводиться на індустріальну основу.

В основі *функціональної спеціалізації* лежать вже не види ресурсів, які опрацьовуються, а характер результатів праці, тобто готова до безпосереднього вжитку споживачем продукція (бібліографічні покажчики, карти «сигнальної інформації» (СІ), режими ВРІ, «запит-відповідь» тощо). Останнім часом з'явилися функціональні інформаційні центри, які спеціалізуються на підготовці оглядово-аналітичної інформації і наданню послуг консультативного характеру, так звані «центри аналізу інформації», та підприємства-диспетчери, призначенням яких є підтримка зв'язку між органами інформації, тобто посередництво (сервери, інтернет-кафе, електронна пошта).

*Технологічна спеціалізація* пов'язана з різницею в технології підготовки інформаційної продукції різних видів. Фундаментом розвитку технологічної спеціалізації останнім часом є комп'ютерна технологія, яка дозволила переводити інформацію на електронні носії, обмінюватися ними і використовувати в практиці обслуговування споживачів.

Однією з самих масових форм інформаційної спеціалізації є *операційна*. Вона полягає в спеціалізації інформаційних органів або їх підрозділів на виконанні окремих стадій або операцій єдиного циклу виробництва інформаційної продукції, результатом яких є проміжний продукт або напівфабрикат, що підлягає подальшій обробці в межах заданого технологічного циклу (підготовка службами інформації продуктів для тиражування, передмашинна обробка первинних джерел інформації для вводу в автоматизовані БД, створення певних БД).

### **3.4 Поняття «аналітика»**

Сьогодні аналітика є не лише інструментом інтелектуальної діяльності, а є специфічним суспільним явищем як в Україні, так і у світі. Це складне, мультиструктурне утворення, яке можна розглядати з різних позицій, зокрема з діяльнісного, інституційного, організаційного, ціннісного, гносеологічного та технологічного підходів. Аналітика охоплює три ключові компоненти:

методологію інформаційно-аналітичної роботи; організаційне забезпечення цього процесу; технологічне та методологічне забезпечення розроблення і створення засобів для її здійснення.

Аналітику має розглядатися як специфічна діяльність певного суб'єкта в межах конкретної проблемної сфери. Інтелектуальні процеси та процедури, що генерують нову інформацію та демонструють ознаки творчості, дозволяють розкривати нові аспекти проблеми та пропонувати інноваційні способи їх вирішення, належать до аналітичної діяльності. Аналітика поєднує в собі аналітичні методи отримання знання з практично-пізнавальним аспектом проблеми. Крім того, суть аналітики полягає в отриманні знань про прикладні проблеми та способи їх вирішення аналітичними методами. Аналітика проявляє свою сутність у двох вимірах: у методологічному, який є інструментом для отримання знань про проблеми та шляхи їх подолання, та проблемному, що визначає проблемну сферу управління.

Слово «аналітика» походить від грецького слова «analytike [techne]», що в перекладі означає мистецтво аналізу; мистецтво розчленовування понять, початків, елементарних принципів, за допомогою яких міркування набувають доказового характеру. Поняттям «аналітика» Аристотель позначив розділ логічної науки, присвячений строгим силогістичним розміркуванням. Існує й технічне трактування цього слова – як область вивчення властивостей геометричних об'єктів – крапок, ліній, поверхонь і тіл – засобами алгебри за допомогою методу координат.

Сукупність правил, конкретних принципів, алгоритмів і прийомів аналітичної діяльності в процесі еволюції людських знань утворили певну систему, методи пізнавальної діяльності, за допомогою яких реалізується аналітична діяльність. Чимало методів, що застосовуються в аналітиці, є творчими аналітичними процедурами.

Пізніше поняття «аналітика» стало використовуватися в логіці у значенні способу вирішення питання від наслідків до початків, від дії або явищ до причин. Аналітик, у свою чергу, є фахівцем, здатним вирішувати завдання аналітики. На сьогоднішній день у зв'язку з глобальною інформатизацією сфер діяльності людини аналітики стають все більш і більш затребуваними.

Термін «аналітика» включає *два змісти*.

Під аналітикою розуміють, насамперед, *галузь діяльності*, що стрімко розвивається і базується на одержанні інформації за допомогою аналітичних методів для потреб практичної діяльності. Аналітика в цьому аспекті виступає

як діяльність із виробництва знання про процес і в процесі вироблення, прийняття й реалізації політичних рішень.

Інший аспект трактування аналітики – це ототожнення її із *прикладною політико-управлінською дисципліною*, що використовує множинні методи дослідження й аргументації з метою розробки принципів і методів підготовки, прийняття і здійснення публічно-політичних рішень у проблемних ситуаціях, що є суспільно значущими.

Основоположником аналітики вважають *Аристотеля*, який у фундаментальній праці «Аналітика» заклав основи аналітичного мислення. Він дав розуміння *аналізу* (грец. analysis – розкладання, розчленовування, розбір) – *методу дослідження, сутність якого в тому, що досліджуваний предмет подумки або практично розчленовується на елементи (ознаки, властивості, відносини), кожний з яких потім досліджується окремо як частина розчленованого цілого*. Призначення аналізу полягає в тому, щоб відокремити суттєве від несуттєвого, звести складне до більш простого.

Значення аналізу в науці було обґрунтоване *Рене Декартом*. Видатний англійський філософ Б. Рассел вважав аналіз основним джерелом наукового прогресу як методу наукового пізнання, що дає змогу виділити й вивчити вихідні складові об'єкта.

Аналіз містить у собі кілька найважливіших *операцій*:

1. Розчленовування й диференціація змісту об'єкта, які можуть проводитися як емпіричним шляхом за допомогою застосування спостереження, так і подумки, із застосуванням методів класифікації складових об'єкта. У процесі розчленовування й диференціації залишаються відкритими такі важливі питання: по-перше, чи можна вважати спостережувані структурні одиниці, стани, зв'язки найбільш простими, далі нерозкладаними клітинками досліджуваних об'єктів; по-друге, чи всі важливі характеристики, що визначають поведінку досліджуваних об'єктів, виділені, враховані й вивчені у спостереженні; по-третє, наскільки значимі ті розбіжності між виділеними характеристиками, які тут покладені в основу їхньої класифікації. Відповіді на ці питання вимагають наступної операції.

2. Постулювання (або формулювання вихідного положення чого-небудь), обґрунтування здійсненого розкладання об'єкта на його складові. При цьому звертається увага на рівень розчленовування, ступінь елементарності виділених одиниць.

3. Синтез отриманих частин об'єкта в новий цілісний об'єкт і виявлення адекватності нового й старого об'єктів. Якщо вони не адекватні, то процедура

розчленовування об'єкта на складові розпочинається спочатку. Якщо об'єкти виявляються адекватними, то дослідження триває далі.

4. Послідовне виділення досліджуваних характеристик та їхнє вивчення.

5. Реконструкція, синтез отриманих істин у ціле, що дає змогу одержати знання про той об'єкт, що піддавався аналітичній декомпозиції.

Аналітику не можна ототожнювати з аналізом. Вона являє собою специфічне суспільне явище, а не тільки інструмент розумової діяльності людей. Це складне поліструктурне утворення, яке можна розглядати з позиції діяльного, інституціонального, організаційного, ціннісного, гносеологічного, а також технологічного підходів, які дозволяють визначати аналітику як:

- методологічна основа процесу обробки інформації;
- методологія пізнання, що використовується для отримання нового знання за допомогою як наукових, так й інтуїтивних методів;
- форма мислення та світогляду, що спирається на науковий підхід;
- сутність знань про процеси реального миру;
- засіб переробки інтуїтивних представлень у логічний, раціональний план мислення;
- форма наукового знання, що використовується в процесах управління, перш за все – для прийняття управлінських рішень;
- сукупність методів, за допомогою яких можна визначити приховані думки в текстах та реальних соціально-політичних та економічних процесах;
- коротка назва інформаційно-аналітичної роботи;
- процес узагальнення та аналізу розрізнених неповних та часто повторюваних даних про обставини;
- процес систематизації змісту за допомогою схематизації, конструювання та моделювання сутності елементів і зв'язків;
- процес розділення об'єкту на складові частини та наступного синтетичного об'єднання їх в певну систему;
- принцип конструктивного спрощення для визначення форм взаємодії елементів цілого і розкриття внутрішньої структури будь-якого об'єкту вивчення;
- ядро науково-дослідної роботи;
- основа інтелектуальної, логічної діяльності, що направлена на вирішення практичних завдань.

Виходячи з перелічених визначень пропонується наступне тлумачення аналітики: *аналітика* представляє собою дисципліну, що об'єднує три важливих



компоненти: методологію інформаційно-аналітичної роботи, організаційне забезпечення цього процесу та технологічне і методологічне забезпечення розробки і створення засобів для її здійснення (проведення).

Оскільки сутність аналітики, як наукової дисципліни, насамперед, пов'язана з методологічною і інтелектуально-технологічною сторонами діяльності, спрямованої на вирішення завдань управління або синтезу нових знань, можна уточнити зміст поняття аналітики:

*Аналітика* – це цілісна сукупність принципів методологічного, організаційного і технологічного забезпечення індивідуальної і колективної розумової діяльності, яка дозволяє ефективно оброблювати інформацію з метою удосконалення якості існуючих і набуття нових знань, а також підготовки інформаційної бази для прийняття оптимальних управлінських рішень.

Аналітика у науковому дослідженні займається створенням нової інформації шляхом інтелектуального перероблення наявних відомостей для конкретної мети і ґрунтується на науковій основі. У науковому дослідженні аналітика є творчим процесом цілеспрямованої інтелектуальної діяльності, що передбачає створення нових знань і забезпечується загальнонауковими аналітичними методами та технологіями, більшість з яких є конструктивними аналітичними процедурами, що активують не тільки усвідомлюване науковцем знання, а й інтуїтивне.

З точки зору «державно-управлінської аналітики», визначаються наступні процеси, що визначають сутність аналітики:

1. Процес аналізу цілей управління та формування завдань інформаційно-аналітичної роботи.
2. Процес адаптивного управління збором інформації для вирішення управлінських завдань в умовах ситуації, що змінюється.
3. Процес аналізу та оцінювання отриманої інформації в контексті цілей управління, визначення сутності процесів та явищ, що спостерігаються.
4. Процес побудови моделі предметної галузі дослідження, об'єкту дослідження і середі його функціонування, перевірка адекватності моделі та її корекція.
5. Процес планування та проведення модельних експериментів.
6. Процес синтезу нового знання (інтерпретація результатів, прогнозування тощо), що потрібне для вирішення завдань управління.
7. Процес доведення результатів аналітичної роботи (нового знання) до суб'єкта управління (структури або особи, що приймає рішення).

Таким чином, *аналітика* – це, перш за все, основа інтелектуальної, логічної, розумової діяльності, що направлена на вирішення практичних завдань. В її основі лежить принцип «випередження явищ», що дозволяє установі чи окремій особі прогнозувати майбутній стан об'єкту аналізу.

З *позиції діяльнiсного підходу аналітику* можна розглядати як специфічну діяльність деякого суб'єкта у певному проблемному полі. Зокрема, аналітична діяльність в управлінні реалізується за двома класами суб'єктів: за рівнем організації й залежно від належності до сфери реалізації аналітики й використання результатів. Перший клас охоплює значний спектр суб'єктів – від спеціальних аналітичних інституцій до менеджерів організації.

До аналітичної діяльності відносять ті процедури і процеси інтелектуальної діяльності, які мають ознаки творчості, породжують нову інформацію, дозволяють виявляти нові проблеми або їх аспекти, пропонувати нетрадиційні способи їх вирішення.

Найбільш розвинутою суб'єктною формою аналітичної діяльності виступають аналітичні організації, центри, «*фабрики думки*». Як вважає американський дослідник П. Диксон, вони не створюють майже нічого речовинного, крім паперів. Головний їхній продукт – це теоретичні вишукування, звичайно втілені у форму звітів або досліджень, що являють собою варіанти різних заходів, оцінки, проекти, теорії, рекомендації, попередження, перспективні плани, статистичні зведення, прогнози, описи методів, тести, аналізи або просто нові ідеї.

Реалізується аналітична діяльність *аналітичними центрами*, а також *відділами аналітики в організаціях*, які задовольняють потреби організації в значних обсягах спеціалізованої аналітичної інформації. Аналітики-консультанти зі сторони виконують, як правило, найскладніші завдання, пов'язані з виробленням програм антикризової діяльності, модернізації організації, її досліджень. Значну роль відіграє аналітична діяльність самого керівника та його команди.

До другого класу входять *аналітики* залежно від основних напрямів її прояву, таких як державне управління, місцеве самоврядування, бізнес, громадянське суспільство. Тому як *суб'єкти аналітичної діяльності* можуть виступати аналітики цих сфер: аналітичні організації, центри; відділи аналітики в організаціях; аналітики-консультанти зі сторони; менеджери-аналітики організації; державні аналітики; муніципальні аналітики; бізнес-аналітики та ін.

Ефективний розвиток аналітики вимагає підготовки фахівців у галузі аналітичної діяльності, системного аналізу, пошуку й обробки інформації, проведення наукових досліджень.

Реалізація аналітичної діяльності здійснюється, насамперед, за допомогою застосування методів пізнавальної діяльності, кожний з яких являє собою сукупність конкретних принципів, правил, прийомів і алгоритмів аналітичної діяльності, що склалися в деяку систему в процесі застосування людьми. Значна частина аналітичних методів являють собою творчі аналітичні процедури, які мобілізують не тільки усвідомлюване дослідником знання, а й неусвідомлене, інтуїтивне, можливості якого значно перевершують механізми усвідомлюваної інтелектуальної діяльності. Вони неефективні без творчого мислення, що являє собою прогресивний процес генерування нового знання.

Разом із тим аналіз – це робота з інформацією за допомогою методів, які можна класифікувати у три групи: методи пошуку і вибору інформації в Інтернеті, бібліотеках, базах і накопичувачах інформації; методи одержання інформації на основі використання життєвого і професійного досвіду; методи спеціальних досліджень.

У зв'язку із викладеним вище під *аналітикою* розуміється задовольняюча деяким цінностям і стандартам діяльність щодо отримання знання про практичні проблеми, з якими стикається управління, і шляхи їх вирішення за допомогою застосування аналітичних методів.

На підставі узагальнення сформованого підходу фахівці представляють триланкову модель аналітики (див. рис. 3.3).

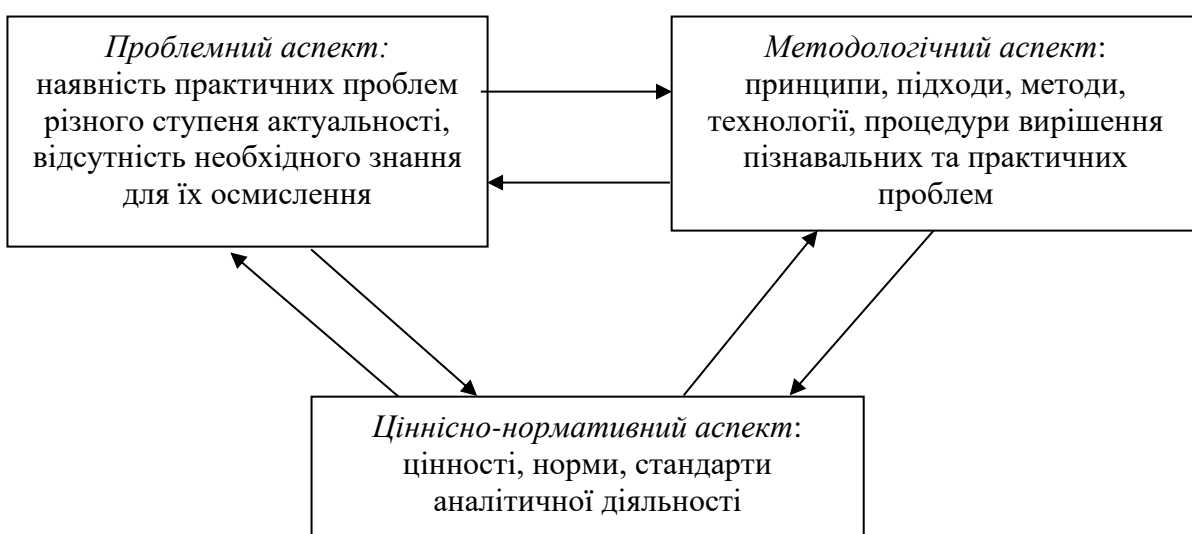


Рисунок 3.3 – Триланкова проблемно-методолого-ціннісно-нормативна природа аналітики

Подальший розвиток аналітики неминує приводить до оформлення в ній організаційного аспекту, що означає цілеспрямовану діяльність різного роду аналітичних організацій, перетворення аналітичної діяльності в об'єкт організації і управління.

У зв'язку із цим під аналітикою варто розуміти задовольняючу деяким цінностям і стандартам діяльність спеціальних організацій або підрозділів органів управління або окремих осіб щодо одержання знання про практичні проблеми, з якими стикається управління, і шляхи їх вирішення за допомогою застосування аналітичних методів.

З погляду *технологічного аспекту* аналітична діяльність складається з таких етапів:

1) розробка програми проведення аналізу, що передбачає досягнення визначеності проблеми, об'єкта, предмета, цілей, завдань, гіпотез й інструментарію аналізу;

2) формування, пошук або укомплектування дослідницького колективу, підготовка його для аналітичної роботи;

3) розробка дослідницьким колективом концепції явища, яке аналізується, що дозволяє пояснити саме явище й можливі його зміни;

4) побудова системи показників і критеріїв, що відображають сутність проблеми, істотні властивості досліджуваного об'єкта. При цьому важливо, щоб показники і критерії їхньої оцінки були сформульовані чітко й однозначно;

5) збирання, систематизація, обробка інформації відповідно до показників і критеріїв аналізу. При цьому застосовуються всілякі методи одержання інформації – від статистики до опитувань;

6) власне аналіз інформації, спрямований на перевірку сформульованих у програмі гіпотез, виявлення причин і закономірностей розвитку об'єкта;

7) вироблення практичних рекомендацій для органів управління за результатами вирішення виниклої проблеми;

8) складання аналітичних документів за результатами аналізу: звіту, аналітичних записок, прес-релізів та ін.

При такому моделюванні *під аналітикою* варто розуміти задовольняючу деяким цінностям і стандартам інформаційну діяльність спеціальних організацій або підрозділів органів управління, або окремих спеціально підготовлених осіб з одержання знання про практичні проблеми, з якими стикається управління, і шляхи їх вирішення за допомогою застосування аналітичних методів.

Спираючись на сформульовані положення сутності аналітики, можна надати класифікацію її основних різновидів.

Аналітична діяльність може бути класифікована за такими ознаками, як тип ціннісної орієнтації, тип об'єкта аналізу (сфери положення об'єкта), тип курируючої науки, тип домінуючого методу, рівень пізнання, місце в дослідженні, тип організації, тип кадрового забезпечення, ступінь відкритості для суспільства, а також тип часової детермінації. При цьому кожний різновид аналітичної діяльності має своє призначення в суспільстві, характеризується технологічною специфікою (див. табл. 3.1).

Таблиця 3.1 – Класифікація аналітичної діяльності

Ознаки класифікації	Види аналітичної діяльності та їх характеристика
<i>За типом ціннісної орієнтації</i>	<p><i>Конструктивна аналітика</i> орієнтована на творче вирішення проблеми з погляду суспільного блага.</p> <p><i>Деструктивна аналітика</i> спрямована на руйнування, розпалення конфліктів, досягнення результату за рахунок суспільного блага.</p>
<i>За типом об'єкта аналізу (сфери положення проблеми)</i>	<p><i>Економічна аналітика</i> орієнтована на дослідження економічних явищ, об'єктів і процесів, залежно від величини об'єктів поділяється на макроекономічну і мікроекономічну аналітику.</p> <p><i>Екологічна аналітика</i> осмислює екологічні системи, взаємодії людини й природи.</p> <p><i>Управлінська аналітика</i> припускає дослідження управлінських систем, особливо процесів прийняття рішень.</p> <p><i>Соціальна аналітика</i> припускає аналіз об'єктів, явищ і процесів соціальної сфери суспільства.</p> <p><i>Політична аналітика</i> відображає політичні явища, інститути і процеси (містить у собі власне політичний аналіз й аналіз політики як об'єкта).</p> <p><i>Педагогічна аналітика</i> спрямована на вивчення процесів виховання.</p> <p><i>Ментальна аналітика</i> досліджує духовні процеси.</p>
<i>За типом науки</i>	<p><i>Філософська аналітика</i> – це осмислення всього суцього з позицій філософії.</p> <p><i>Аксіологічна аналітика</i> – розуміння цінності явищ із позиції науки про аксіології – науки про духовні, моральні, естетичні та інші цінності.</p> <p><i>Прогностична аналітика</i> орієнтована на використання досягнень прогностики, осмислення явищ сьогодення з позиції запитів майбутнього.</p> <p><i>Історична аналітика</i> вивчає явища минулого, а також сьогодення в аспекті наступності, з позицій історичної науки.</p> <p><i>Економічна аналітика</i> – дослідження на інструментальній базі економічних наук.</p>

Ознаки класифікації	Види аналітичної діяльності та їх характеристика
	<p><i>Політологічна аналітика</i> осмислює політичні об'єкти, інститути, процеси з позиції політології.</p> <p><i>Соціологічна аналітика</i> ґрунтується на вивченні суспільства і його підсистем з позицій соціологічної науки.</p> <p><i>Праксеологічна аналітика</i> орієнтована на дослідження ефективності й раціональності діяльності з погляду праксеології (галузь досліджень, що вивчає людську діяльність, зокрема в аспекті її ефективності).</p> <p><i>Психологічна аналітика</i> використовує арсенал психології.</p> <p><i>Культурологічна аналітика</i> застосовує культурологію.</p> <p><i>Етична аналітика</i> ґрунтується на принципах етики.</p> <p><i>Естетична аналітика</i> вивчає явища з позицій естетики</p>
<i>За типом домінуючого методу</i>	<p><i>Системна аналітика</i> застосовує системний підхід (структурний, функціональний, структурно-функціональний).</p> <p><i>Логічна аналітика</i> ґрунтується на інструменті логіки.</p> <p><i>Причинно-наслідкова аналітика</i> спирається на причинно-наслідковий підхід до явищ дійсності.</p> <p><i>Проблемна аналітика</i> припускає застосування проблемного підходу до вивчення реальності.</p> <p><i>Статистична аналітика</i> ґрунтується на принципах і методах статистики (кореляційний, факторний, кластерний, дисперсійний, регресійний різновиди аналізу).</p> <p><i>Програмно-цільова аналітика</i> спирається на програмно-цільовий метод.</p> <p><i>Балансова аналітика</i> ґрунтується на методі балансу.</p> <p><i>Ситуаційна аналітика</i> припускає осмислення складних ситуацій</p>
<i>За рівнем пізнання</i>	<p><i>Методологічна аналітика</i> припускає осмислення об'єктів і процесів з погляду принципів, методів, прийомів.</p> <p><i>Теоретична аналітика</i> являє собою аналіз із позицій уже наявної теорії або її побудови.</p> <p><i>Емпірична, або фактологічна аналітика</i> орієнтована на виявлення фактів та їх закономірностей</p>
<i>За місцем у дослідженні</i>	<p><i>Первинна аналітика</i> виступає складовою дослідницького процесу одержання й осмислення результатів.</p> <p><i>Вторинна аналітика</i> являє собою осмислення результатів проведених раніше досліджень</p>
<i>За типом організації</i>	<p><i>Аналітика державних організацій</i> здійснюється в органах державної влади.</p> <p><i>Аналітика органів місцевого самоврядування</i> здійснюється в органах державної влади.</p>

Ознаки класифікації	Види аналітичної діяльності та їх характеристика
	<i>Аналітика організацій третього сектору</i> здійснюється суспільними неприбутковими організаціями. <i>Персональна аналітика</i> здійснюється окремими аналітиками без включення їх у спеціальну організаційну структуру
<i>За типом кадрів</i>	<i>Професійна аналітика</i> здійснюється професійно підготовленими кадрами за відповідну винагороду. <i>Непрофесійна аналітика</i> здійснюється людьми без спеціальної професійної підготовки
<i>За ступенем відкритості для суспільства</i>	<i>Відкрита (публічна) аналітика</i> характеризується публічною презентацією результатів аналізу. <i>Закрита аналітика:</i> результати підпадають під державну, корпоративну або службову таємницю
<i>За типом часової детермінації</i>	<i>Актуальна аналітика</i> здійснюється в межах проблем сьогодення. <i>Ретроспективна аналітика</i> орієнтована на проблеми минулого. <i>Прогностична аналітика</i> орієнтована на віддалений результат тих чи інших дій або рішень

Таким чином, аналітика являє собою соціальне явище, що швидко розвивається, для якого характерні деякі закономірності. Найбільш важливою серед них є *інституціоналізація аналітичної діяльності*, яка стає поширеним і впливовим видом соціально-економічної діяльності, що все сильніше спирається на цінності, норми й стандарти, які формуються в суспільстві.

Особливу грань соціалізації ІАД являє собою феномен «масової аналітики». У різних ЗМІ (телебачення, традиційна і електронна періодика) сформувалися інформаційно-аналітичні рубрики, передачі, жанри, розраховані на інтереси широкої громадськості. Адресна експертиза актуальних подій і тенденцій вітчизняної та світової політики, економіки, соціальних, екологічних та інших проблем потіснила суто інформаційні жанри ЗМІ, зайняла певне місце в діапазоні інформаційних потреб пересічних громадян.

Фундаментальні причини, що породили даний феномен, очевидні: ускладнення інформаційного контексту повсякденного буття соціально жорстко проявилася і оголила залежність обивателя від глобальних, національних, регіональних процесів, інформаційна включеність пересічного громадянина у світові події (поінформованість, обізнаність як синоніми причетності, як ефект співучасті). Все це призвело до виникнення стійкого інтересу до аналітики, що виконує по відношенню до широкого загалу пояснювальну, прогностичну та консалтингову функції. Особлива соціокультурна місія «масової аналітики» полягає в її методологічній функції: аналітичні матеріали не тільки пояснюють

закономірності реальності, але і демонструють зразки аналізу подій і фактів, методи інтерпретації їх смислів, формують інформаційну культуру, відповідну інформаційного режиму громадянського суспільства.

Разом з тим, було б неправильно стверджувати, що соціалізація аналітики означає лише соціально позитивні процеси. Інструментальний характер аналітики, що забезпечує прийняття управлінських рішень, розробку сценаріїв дій у складних соціальних обставинах, перетворює її в ефективну соціально-інформаційну технологію, яка дозволяє керувати різними сферами суспільства, маніпулювати людською свідомістю, формувати громадську думку, програмувати певні соціальні реакції.

### **3.5 Поняття «інформаційна аналітика»**

Інформаційна аналітика виконує насамперед завдання якісно-змістовного перетворення первинної інформації, функціонально перетинаючись в цьому плані з науковою (виробництво нового знання) і управлінською (розробка варіантів рішень, сценаріїв) діяльністю. Характер функціонального перетинання (взаємодії) у системі «аналітика – наука – управління» визначається специфікою аналітики. Як було розглянуто у попередній темі, з наукою її поєднує інформаційний спосіб пізнання і наукового аналізу реальності, а з управлінням – прикладний характер аналітики (вирішення конкретних інформаційних потреб і проблем замовника).

Аналітик, спираючись на інформаційні моделі (відбитки в інформаційному просторі подій, фактів, дій, ідей, думок, почуттів людей, природних, соціальних, політичних, фінансових, економічних процесів і т. п.), виявляє в них об'єктивні закономірності і тенденції, визначає рушійні ними механізми, причинно-наслідкові зв'язки. У цьому змісті аналітик створює нове знання про той фрагмент реальності, що знаходиться в полі його професійного інтересу, виступаючи дослідником своєї предметної області.

Разом з тим існують і принципові розходження між аналітикою і наукою. Науковий аналіз покликаний виявляти насамперед фундаментальні, об'єктивні закономірності досліджуваної області, що повторюються, істотні зв'язки об'єктів, узагальнені параметри процесів і т. п. Інформаційна ж аналітика, спираючись на наукове знання, загальні закономірності, найчастіше має справу з реаліями буття, здійснюючи оцінку фактів і подій, прогножуючи їхній розвиток з обліком не тільки узагальнених типових параметрів, але і цілого спектра факторів, включаючи суб'єктивно-особистісні, випадкові впливи, а також



свідомі акції конкурентів, протиборство інтересів, активне втручання соціальних технологій і т. п.

Розглянемо ІАД як *процес* семантичної обробки даних, в результаті якого розрізнені дані перетворюються на закінчену інформаційну продукцію. Сенс цієї особливо необхідної в сучасних умовах діяльності – ІАД розкривається через розуміння понять «інформаційна» і «аналітична». Звернемося до етимології слова «аналіз». Зазвичай термін «аналіз» розглядають у певних контекстах. З одного боку, аналіз – це уявне розчленування об'єкта, яке дозволяє одержати уявлення про будову досліджуваного об'єкта, його структури, частин, в протилежність синтезу; згідно з іншої точки зору, аналіз включає в себе і процедури синтезу, у зв'язку з цим аналіз ототожнюють з діяльністю.

Поняття «інформаційна» означає відношення до *інформації як до ресурсу, володіння всім арсеналом засобів отримання, накопичення, зберігання, обробки та видачі інформації споживачу*. У ХХ столітті аналітична діяльність набула широкого поширення і перетворилася на професійну діяльність. У багатьох країнах існують «Фабрики думки», інформаційно-аналітичні відділи та служби в державних органах, компаніях, банках, політичних партіях. Стрімко розвиваються ринки аналітичної інформації, інтелектуального продукту, методичного та програмного забезпечення.

Становлення інформаційної аналітики як особливої галузі діяльності відбувалося в найкоротші терміни, в обстановці максимальної інтенсифікації всіх процесів і загострення багатьох проблем. Незважаючи на те, що аналітична діяльність застосовувалася здавна, її класифікація та точне визначення ще не склалися. Між тим інформаційна аналітика займається виробництвом нового знання на основі переробки наявної інформації з метою оптимізації прийняття рішень. Сучасна інформаційна аналітика – складна комплексна діяльність, що спирається як на природний інтелект, так і на комп'ютерні технології оперування інформаційними масивами, методи математичного моделювання процесів тощо.

Розглядаючи далі *інформаційну аналітику як процес* (процеси), залишаємо прикладну (практичну) сторону ІАД (інформаційна аналітика як діяльність) для подальшого вивчення.

*Процес інформаційно-аналітичної діяльності* – це сукупність спрямованих на визначений предмет операцій мислення і технологічних процедур, виконання яких в певній послідовності із використанням засобів забезпечує вирішення поставленого завдання.

Процес ІАД складається з наступних компонентів: організаційний; методичний; інформаційний; комунікаційний; формування висновків і пропозицій. Стадії (етапи) процесу ІАД включені в рисунок 3.4.



Рисунок 3.4 – Ключові етапи процесу ІАД

З точки зору деяких дослідників, ІАД – це процес семантичного оброблення даних, у результаті якої розрізнені дані перетворюються на закінчену інформаційну продукцію – аналітичний документ. Процес семантичної обробки даних може бути представлений у вигляді деякої послідовності самостійних етапів, сукупний опис яких і дає уявлення про нього в цілому. На рис. 3.5 наведена одна з можливих схем організації процесу ІАД у вигляді алгоритмічної послідовності процедур.

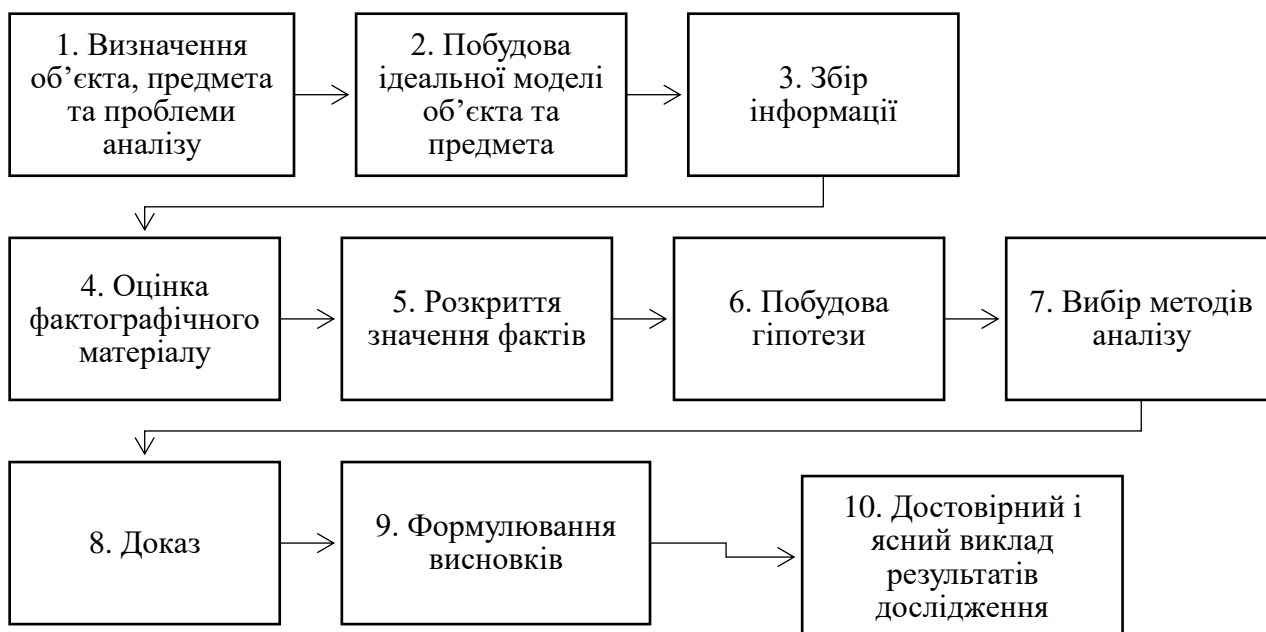


Рисунок 3.5 – Алгоритм процесу ІАД

1. Розпочинається ІАД з визначення об'єкта, предмета й проблеми аналізу. Даний етап включає ознайомлення з проблемою в цілому, а також із суміжними

питаннями, вивчення яких може виявитися корисним; складання загального плану роботи із зазначенням терміну виконання, виконавців та основних джерел, які, ймовірно, можуть бути використані.

2. *Побудова ідеальної моделі об'єкта і предмета* – наступний крок. Будь-яка розумова діяльність являє собою оперування моделями (образами). Модель – це проєкт, інформаційне, натурно-матеріальне чи описово-макетне уявлення об'єкта/предмета.

3. *Збір фактографічних даних*. Це обов'язковий етап ІАД незалежно від галузі дослідження і досліджуваного явища. У першу чергу необхідним є чітке визначення використовуваних понять і максимально велика джерелознавчих баз. При підборі джерел необхідно критично ставитися до знайденої інформації.

4. *Оцінка фактографічного матеріалу*. Основне завдання на цьому етапі є в тому, щоб оцінити отримані дані, виділити з маси описуваних фактів ті, аналіз яких доцільно продовжити. Цей етап включає оцінку, класифікацію, аналіз і з'ясування фактів.

5. *Розкриття значення фактів*. Звертається увага на те, що факт несе в собі велике смислове навантаження, якщо його розглядати в сукупності з іншими фактами або додатково вказати його значення, тому необхідно всіляко добиватися найбільш повного розкриття значення кожного факту.

6. *Гіпотеза*. На даному етапі необхідно побудувати гіпотезу про взаємозв'язок окремих розрізнених на перший погляд фактів. Гіпотеза – це припущення, яке перевіряють експериментально з можливих розв'язань проблеми. Висування гіпотези полегшує з'ясування проблеми. Осмислення гіпотез носить дослідний характер. Суб'єкт «накладає» на гіпотезу призму своїх уявлень, обумовлених особистим досвідом і знанням предметної області. Побудова гіпотез притаманне будь-якій аналітичній роботі. На початку робляться деякі припущення (гіпотези) про те, які чинники, можливо, відіграють важливу роль, а які не мають відношення до справи. Аналогічні гіпотези використовують при зборі та тлумаченні фактів, формулюванні висновків і викладів.

7. *Вибір конкретних методів аналітичної діяльності*, яких налічується велика кількість. Нині до найпоширеніших методів, що застосовуються на аналітичному етапі дослідження, можна віднести:

– системний аналіз, за якого об'єкт, що досліджується, розглядається як єдина система, в якій кожний елемент взаємопов'язаний з іншими елементами та з усією системою загалом, водночас об'єкт як система є частиною надсистеми;

– причинно-наслідковий аналіз виявляє причини виникнення того чи іншого

явища;

- функціональний аналіз, що вивчає різноманітні функції та дії об'єкта;

- структурний аналіз – вивчає побудову, структуру об'єкта та внутрішні зв'язки між його частинами;

- ретроспективний аналіз – вивчає об'єкт у розвитку з моменту його виникнення;

- інформаційний аналіз вивчає не об'єкт, а наявну інформацію про нього;

- порівняльний аналіз передбачає порівняння подібних об'єктів, виявлення схожості між ними;

- ситуаційний аналіз вивчає конкретну ситуацію, відхилення від штатних ситуацій із метою попередження виникнення подібних у майбутньому;

- класифікаційний аналіз передбачає розподіл об'єктів, що вивчаються, на групи (класи) за загальною ознакою;

- текстовий аналіз – вивчає текст як комунікативне явище. Він покликаний проникати у глибинний зміст тексту, який за певних причин був прихований або затемнений.

При аналітичній діяльності добре зарекомендували себе методи:

- порівняння – процес зіставлення предметів або характеристик з метою установлення схожості чи відмінності між ними, а також знаходження загального, притаманного, що може бути властивим двом або кільком об'єктам дослідження;

- узагальнення – логічний процес переходу від одиничного до загального чи від менш загального до більш загального знання, а також продукт розумової діяльності, форма відображення загальних ознак і якостей об'єктивних явищ;

- моделювання – один із найважливіших в аналітиці. Передбачає побудову моделі, яка відображає істотні сторони об'єкта, що аналізується, спрощує його і заміняє реальний об'єкт аналізу;

- екстраполяції – поширення висновків, отриманих зі спостереження за однією частиною явища на іншу його частину;

- системний метод – приведення даних в деяку систему, що дозволяє їх пояснити з позицій системного підходу;

- формалізації – вивчення об'єкта шляхом переведення його якісних характеристик у певну знакову форму, наприклад, представлення у вигляді графіків, схем, таблиць тощо;

- прогнозування – вивчення перспектив розвитку об'єкта;

- декомпозиції – розділення вихідної ситуації або проблеми на частини, зведення складної ситуації до декількох більш простих. Ідея методу в тому, що

сукупність рішень окремих елементів проблеми є прийнятним рішенням вихідної загальної проблеми. Метод застосовується на початку дослідження при постановці завдань;

– зв'язків – застосовується для аналізу та систематизування великої кількості логічно пов'язаних даних. Дозволяє в наочній формі виявити логічні зв'язки між основною проблемою та різноманітними факторами впливу.

Слід зазначити, що у процесі аналітичної роботи слід застосовувати не чисті методи, а їхню сукупність. Вибір видів і методів аналізу має повністю обумовлюватися поставленою метою та завданнями дослідження.

8. *Доказ.* На цьому етапі необхідно довести або спростувати справедливність робочих гіпотез.

9. *Висновки.* Тут формулюються остаточні висновки, що є метою будь-якого інформаційного аналізу.

10. *Достовірний і зрозумілий виклад результатів дослідження.* На цьому етапі складається підсумковий документ, що завершує роботу. Необхідно стежити за тим, щоб документ був написаний на мові, що є доступною споживачеві інформаційної продукції. При необхідності для досягнення максимального ефекту можна використовувати таблиці та діаграми, мультимедійні презентації.

Володіння описаним алгоритмом семантичної обробки даних є умовою успіху діяльності в багатьох галузях. Аналітика є евристичною за своєю суттю, тому досить складно зрозуміти інтелектуальні технології аналітичної діяльності, виявити її прийоми і впровадити в навчання майбутніх фахівців. З іншого боку, аналітика – це діяльність, що передбачає органічний синтез трьох компонентів: володіння аналітичними методами (функціональний компонент), знання предметної області (галузевий компонент) і певний тип структури особистості (особистісний компонент). Така ж структура характерна для науково-дослідницької, художньо-творчої, викладацької, управлінської та деяких інших видів діяльності.

Відомо, що *аналіз і синтез є головними методами мислення.*

*Аналіз* (грец. «analysis» – розкладання, розчленування) і *синтез* (грец. «synthesis» – з'єднання, сполучення, складання) – це процеси уявного розчленування цілого на складові частини та возз'єднання цілого з частин.

*Інформаційний аналіз* – це початковий етап перетворення документальної інформації, що полягає у вивченні документів і видалення з них найбільш істотних відомостей. Цей процес невіддільний від синтезу, тобто узагальнення інформації, отриманої в результаті інформаційного аналізу документів, і

підготовки результатів узагальнення в тій чи іншій формі.

*Аналітико-синтетична переробка* – це сукупність процесів перетворення змісту документів з метою їх аналізу, вилучення необхідних відомостей, а також оцінки, зіставлення та узагальнення.

У процесі аналітико-синтетичної переробки відбувається *згортання інформації*, завдання якого полягають у змістовній оцінці соціальної значущості документа (його наукової, культурної цінності) і зменшення фізичного обсягу за умови мінімальної втрати інформативності.

*Аналітико-синтетичною переробкою документа* називається його перетворення з метою отримання необхідної інформації, а також оцінки, зіставлення, узагальнення та подання отриманої інформації у вигляді, що відповідає запиту.

Якщо метою роботи з науковими документами є їх систематизація, аналіз та синтез, що не доходить до отримання нового знання, то така діяльність відноситься до науково-інформаційної. Якщо ж мета роботи з науковими документами полягає в отриманні нових знань про предмет, що вивчається, то така діяльність відноситься до науково-дослідної.

Важливо підкреслити, що аналітико-синтетична переробка інформації має місце не тільки в науково-інформаційній діяльності (НІД), а й в інших видах пізнання. Що ж у такому разі визначає специфіку НІД? Для того, щоб відповісти на це питання, можна порівняти НІД з такими видами пізнання, як науково-дослідна діяльність, з одного боку, і науково-технічна розвідка – з іншого.

Метою *науково-дослідної діяльності та аналітико-синтетичної переробки інформації* є вилучення з документів нових фактів або відомостей, які в цих документах в явному вигляді не виражені. Нові відомості логічно виводяться з наявної інформації, причому для цього додатково залучається так звана екстралінгвістична інформація (тобто інформація, яка не міститься в цих документах). Подібним же чином будується діяльність, що іменується науково-технічної розвідкою. Відомо, що в мирний час не менше 80% розвідувальної інформації добувається шляхом аналітико-синтетичної переробки відомостей, що витягають із несекретних джерел – газет, журналів, книг, теле- і радіопередач, матеріалів всесвітньої павутини та ін. Завданням фахівця-аналітика в цьому випадку є вилучення з тексту одного або декількох документів таких відомостей (частиною засекречених), які в цих документах в явному вигляді не містяться.

Щодо *специфіки аналітико-синтетичної переробки інформації* при НІД, то вона полягає в угрупованні, зіставленні, оцінці та узагальненні лише тієї інформації, яка явно є в цих документах, а також у поданні узагальненої

інформації в компактному вигляді, зручному для її практичного використання.

Яким би чином не організовувалася інформаційно-аналітична робота, першою і тому надзвичайно важливою процедурою є *первинний аналіз (експрес-аналіз)* і *відбір релевантної інформації*. Ця процедура служить своєрідним фільтром, який відкидає непотрібне, і захищає аналітика від інформаційного шуму (надлишковості). Зміст цієї процедури, полягає, насамперед, у встановленні сутності, важливості, точності, повноти і значимості інформації на основі її розділення (дроблення) і співставлення. Пояснимо смисл зазначених понять.

*Сутність інформації* полягає у сукупності відображених в ній ознак об'єктів, систем, явищ і процесів, виділеної з більш значного обсягу. Інформація завжди відображає ступінь змінювання існуючого знання.

*Важливість інформації*. Інформація є важливою, якщо вона *релевантна*, тобто має зв'язок з вирішенням проблеми, і якщо її використання може зробити внесок в діяльність (поточну чи заплановану).

*Достовірність інформації*. Не завжди легко встановити, є інформація достовірною або неправдивою, особливо якщо вона містить відомості про події, які ще не відбулися. Є критерії, за якими можна судити про достовірність інформації, а саме:

– критерій обґрунтованості (наявність підтверджень одержаної інформації у ряді незалежних джерел);

– критерій несуперечливості: відсутність суперечностей між окремими твердженнями, викладеними у повідомленні; відсутність суперечностей всередині групи повідомлень, які надійшли від одного і/або групи джерел за деякий відрізок часу;

– критерій авторитетності джерела і/або степені захищеності носія (документа).

У загальному випадку ступінь достовірності інформації оцінюється відношенням кількості хибних елементів інформації до загального числа всіх елементів інформації. Наприклад, достовірність інформації може оцінюватися й за наступною шкалою:

- вільна бесіда з консультантом-фахівцем – 90-95%;
- форма «запит – відповідь» опитування партнера - 40-70%;
- вільна розповідь про події – 25-30%.

Також прийнято вважати, що достовірність повідомлень про подію, отриману від одного джерела інформації, не повинна оцінюватися вище 33%.

Двох – 66%, а достовірність інформації, отриманої повідомленнях від трьох джерел, перебуває у межах 94-99%.

Завжди слід враховувати можливість внесення добре підготовленої дезінформації, призначеної для порушення процесів управління та/або зниження якості управлінських рішень, що виробляються. Отримувана інформація може бути поділена на два види:

- факти, як абсолютно достовірні твердження про реальні події, про існування об'єктів/процесів і т. д.;
- оцінки фактів, що повідомляються.

В аналітичних документах посилання на джерела часто не наводяться, хоча майже для кожного факту, що викладається в них, можна було б вказати джерело. Однак, посилання на публікації не можуть нічого ні підтвердити, ні спростувати. Справа в тому, що завжди можна знайти публікацію з досить точним описом будь-якої значущої події, але так само можна знайти й іншу – з фактографічними помилками чи неправильною інтерпретацією фактів. Так само, як і третю, де йдеться про подію, якої не було (на жаль, це стало стандартною практикою, коли про намір говориться, як про факт, що відбувся, або повідомляється про деякий план, але ні слова про його зрив).

Таким чином, ІАД як процес, охоплює в свою чергу процеси як аналітичної, так і інформаційної діяльності; містить свої специфічні етапи та процедури, які необхідно опановувати фахівцям – інформаційним аналітикам.

Аналітичний аспект ІАД дозволяє трактувати її як творчу аналітичну діяльність, призначену для оцінювання інформації і підготовки прийняття рішень; як сукупність процесів семантичної обробки даних, з використанням методів та засобів «аналітики» та «інформаційної аналітики», в результаті чого розрізнені дані перетворюються на закінчену інформаційну продукцію – *аналітичний документ*.

Тому головне правило інформаційно-аналітичного процесу звучить так – аналітичний документ, або продукт (огляд, довідка, звіт, прогноз тощо), створений у результаті інформаційно-аналітичного процесу, повинен бути придатним для використання замовником, корисним для нього вже в момент свого створення.

Основні принципи організації інформаційно-аналітичного процесу, сформульовані ще кілька десятиріч тому фахівцем зі стратегічної розвідки американським генералом Вашингтоном Плетом: повідомляти достовірно, своєчасно та ясно.



Достовірність повідомлення є ключовою ознакою при оцінці будь-якого документа, створеного в результаті аналітичної діяльності. Вона забезпечується завдяки правильному поєднанню ряду моментів, що визначають результативність роботи аналітика. Головними серед них є: глибоке розуміння дійсності тим, хто аналізує повідомлення; правильний відбір фактів, які стосуються об'єкта аналізу; виділення на підставі аналізу фактів, основних моментів явищ і процесів, причинно-наслідкових зв'язків. Як бачимо, вирішальну роль при підготовці достовірних аналітичних матеріалів має рівень кваліфікації виконавців робіт – професійні знання, ерудиція, вміння орієнтуватись і робити висновки в нестандартній ситуації тощо.

Другим основним принципом організації інформаційно-аналітичного процесу є своєчасна підготовка документів. Своєчасність отримання інформації багато в чому визначає її цінність для користувача. Значення своєчасного подання інформації особам, які приймають рішення, може бути настільки великим, що заради нього варто навіть дещо поступитися достовірністю повідомлень. Звичайно, йдеться не про суттєву зміну змісту повідомлення, а лише про певне зниження ступеня його точності.

Третім основним принципом організації інформаційно-аналітичного процесу є ясність викладення матеріалу. Суть реалізації цього принципу полягає в тому, щоб зробити доступними для інших результати роботи аналітика. Адже саме коректне сприйняття інформації робить її переконливою для споживача, а отже, забезпечує успіх справи. Іноді автор забуває про це. Крім того, інформаційно-аналітичний документ має бути також лаконічним, логічним і переконливим. Загальновідомо, що лаконічність – сестра таланту. Коротке повідомлення легше сприймається і краще запам'ятовується, ніж довге. До того ж коротке повідомлення має переваги перед довгим (великим) і з огляду на те, що час на підготовку й прийняття управлінських рішень завжди обмежений.

У середовищі аналітиків широко відомо *«правило п'яти сторінок»*, яке говорить, що при поданні аналітичних висновків на вищій рівень управлінської ієрархії будь-якої організації об'єм аналітичної довідки повинен складати не більше п'яти сторінок, що приблизно відповідає 16 кілобайтам тексту. Інформаційно-аналітичний документ можна вважати логічним, якщо автор під час викладу матеріалу дотримується законів логіки: закону тотожності, закону протиріччя, закону виключення третього та закону достатньої підстави. І нарешті, щоб викладене у документі повідомлення було достатньо переконливим, воно має відображати суттєві причинно-наслідкові зв'язки у доступній, зрозумілій для споживача формі. Обов'язковою умовою виконання

цього правила є високий рівень кваліфікації аналітика, його вміння знаходити необхідні аргументи для доведення своєї точки зору на проблему, що розглядається.

**Контрольні запитання:**

1. Як трактують ІАД?
2. Які є два аспекти ІАД в управлінській сфері?
3. Чому аналітична інформація є найціннішим продуктом на ринку інформації?
4. Назвіть основні етапи технологічної трансформації у сфері оброблення та передавання інформації, які характеризуються як інформаційні революції.
5. Історія формування інформаційно-аналітичних служб, «фабрик думок».
6. Доведіть, чому інформаційно-аналітична робота є умовою прийняття ефективних управлінських рішень.
7. Чому науково-інформаційну діяльність (НІД) вважають ключовим напрямом інформаційної діяльності?
8. З'ясуйте місце науки в контексті НІД.
9. Опишіть науку як інформаційний процес.
10. Що таке наукова інформація?
11. Назвіть концепції інформатики як науки.
12. Які види інформаційної діяльності включає інформаційна індустрія або «індустрія знань», за визначенням Ф. Махлупа?
13. Що таке первинний і вторинний інформаційний сектор?
14. Який зміст вкладав в поняття «інформаційний сервіс» Д. Блюменау?
15. Які етапи виокремлюються у процесі організації інформаційного обслуговування?
16. Обґрунтуйте, чому інформаційне обслуговування відноситься до сервісної діяльності.
17. Схарактеризуйте п'ять форм спеціалізованої НІД.
18. Що розуміють під поняттям «аналітика»? Які змісти вкладаються у поняття «аналітика»?
19. Чому Аристотеля вважають основоположником аналітики?
20. Які операції включає аналіз?
21. Чому аналітику не можна ототожнювати з аналізом?
22. Назвіть суб'єкти аналітичної діяльності.
23. З яких етапів складається аналітична діяльність з позицій технологічного аспекту?

24. Схарактеризуйте види аналітичної діяльності за різними ознаками.
25. Що таке «масова аналітика»?
26. Що розуміють під інформаційною аналітикою?
27. Назвіть ключові етапи процесу ІАД.
28. Опишіть алгоритм процесу ІАД.
29. Що таке аналіз?
30. Що таке згортання інформації?
31. Що таке аналітико-синтетична переробка документа? Аналітико-синтетична переробка інформації?
32. Схарактеризуйте основні правила і принципи організації інформаційно-аналітичного процесу.
33. Що таке «правило п'яти сторінок»?
34. Назвіть рівні, форми і принципи інформаційно-аналітичної роботи.
35. Що таке оперативний і інтелектуальний аналіз інформації?

## РОЗДІЛ 2

# ІНФОРМАЦІЙНО-АНАЛІТИЧНА ДІЯЛЬНІСТЬ: ПРАКТИЧНІ АСПЕКТИ

## ТЕМА 4. ФОРМИ ОРГАНІЗАЦІЇ ІНФОРМАЦІЙНО-АНАЛІТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В СУСПІЛЬСТВІ

### 4.1 Суб'єкти інформаційної діяльності і суспільна організація інформаційної діяльності

Інформаційна діяльність у суспільстві здійснюється суб'єктами, які мають певні інтереси і прагнуть їх реалізувати, ставлячи перед собою відповідні цілі. Їхня взаємодія з іншими суб'єктами (клієнтами, партнерами та ін.) обумовлює механізми і форми організації інформаційної діяльності в суспільстві.

*Інформаційні відносини* – це система правових, економічних, соціальних і технічних зв'язків між суб'єктами у процесі створення, збирання, обробки, зберігання, поширення та використання інформації. Вони охоплюють всі аспекти, пов'язані з інформацією, включаючи права та обов'язки суб'єктів, доступ до інформації, її захист і передавання.

*Суб'єкти інформаційних відносин* – це особи або організації, які беруть участь у процесах роботи з інформацією. Закон України «Про інформацію» визначає, що суб'єктами інформаційних відносин є громадяни України, юридичні особи та держава. Суб'єктами інформаційних відносин, згідно із цим Законом, можуть бути також інші держави, їхні громадяни та юридичні особи, міжнародні організації та особи без громадянства.

Поряд з цим з метою аналізу механізмів і форм організації інформаційної діяльності можна розглядати учасників інформаційних відносин відповідно до їхньої ролі у процесі життєдіяльності суспільства, використовуючи як аналог поділ, до якого вдаються економісти. Критерієм поділу тут виступатиме однотипність функцій учасників інформаційних відносин. За таких умов означені суб'єкти поділятимуться на такі категорії:

- населення, куди входять громадяни України та інших держав, а також особи без громадянства;
- комерційні організації, що є юридичними особами України та інших держав, включаючи приватних підприємців;
- некомерційні організації – юридичні особи України та інших держав;
- органи державної (центральної) влади та відповідного галузевого управління;

– органи місцевої влади, самоврядування та відповідного галузевого управління.

*Об'єктом інформаційних відносин* є сама інформація – знання, факти, дані, новини, статистика, дослідження тощо, що може мати різні форми (текстова, цифрова, звукова, візуальна тощо) та різний ступінь доступності (відкрита, конфіденційна, захищена).

*Зміст інформаційних відносин* – це права і обов'язки суб'єктів у процесі створення, використання, обробки та захисту інформації. Зміст включає правила збирання даних, обмеження на їх використання, норми захисту приватної інформації, доступ до суспільно важливої інформації тощо.

Слід звернути увагу, що на практиці поряд з терміном «суб'єкт інформаційних відносин» вживається термін «суб'єкт інформаційної діяльності». Другий термін хоч і поступається першому за рівнем узагальнення, однак наголошує саме на активній ролі таких суб'єктів, які намагаються певним чином впливати на своє інформаційне середовище.

*Суб'єкт інформаційної діяльності* – це особа, організація або група осіб, які беруть активну участь у процесах створення, збирання, обробки, зберігання, поширення та використання інформації. Суб'єкти інформаційної діяльності можуть мати різні ролі та цілі в інформаційному просторі, і їхні функції залежать від виду інформаційної діяльності, якою вони займаються.

Класифікація суб'єктів інформаційної діяльності:

– фізичні особи – це окремі люди, які беруть участь в інформаційній діяльності. Сюди можна віднести громадян, які шукають, створюють, споживають або поширюють інформацію. Наприклад, журналісти, дослідники, блогери, учасники соціальних мереж, споживачі інформації з різних джерел (Інтернет, ЗМІ, наукові публікації тощо);

– юридичні особи (організації) – це підприємства, установи, організації, що займаються інформаційною діяльністю на професійному рівні. До них належать ЗМІ, інформаційні агентства, науково-дослідні інститути, бібліотеки, архіви, інформаційні компанії, навчальні заклади, видавництва, консалтингові та аналітичні компанії;

– державні органи. До цієї категорії належать органи державної влади та місцевого самоврядування, які ведуть інформаційну діяльність у межах своєї компетенції. Вони створюють, зберігають, поширюють державну інформацію, розробляють інформаційну політику та забезпечують доступ громадян до публічної інформації. Наприклад, міністерства, відомства, регуляторні органи, установи, відповідальні за архіви та статистику;

– громадські організації та об'єднання – це неприбуткові організації, що займаються збором, аналізом та поширенням інформації в межах своїх статутних завдань. Вони часто беруть участь в інформаційно-просвітницькій діяльності, аналітиці та розробці рекомендацій. Сюди належать екологічні організації, правозахисні групи, професійні асоціації;

– міжнародні організації – це міжнародні установи, які працюють над глобальними питаннями та ведуть інформаційну діяльність у міжнародному масштабі. До них відносяться Організація Об'єднаних Націй (ООН), ЮНЕСКО, Всесвітня організація охорони здоров'я (ВООЗ), Світовий банк, Європейський Союз та інші. Вони збирають, аналізують і поширюють інформацію на глобальному рівні, а також розробляють стандарти для доступу до інформації та її захисту;

– наукові та освітні установи. Сюди входять університети, академії наук, дослідницькі інститути, які займаються створенням, обробкою та поширенням наукової та технічної інформації. Вони створюють наукові знання, публікують результати досліджень і забезпечують освітню інформацію.

Основні функції суб'єктів інформаційної діяльності відповідно до інформаційних процесів, які були розглянуті вище:

1) створення інформації – генерація нових даних та знань. Ця функція особливо важлива для дослідників, науковців, журналістів, аналітиків, які збирають та обробляють дані для створення нової інформації;

2) збирання та накопичення інформації – передбачає збирання та систематизацію інформації з різних джерел. Наприклад, державні органи збирають статистичні дані, а бібліотеки накопичують книги та інші інформаційні ресурси;

3) обробка та аналіз інформації – вивчення та обробка отриманої інформації для отримання нових знань або висновків. Аналітичні центри, ЗМІ та наукові установи часто виконують цю функцію;

4) зберігання інформації – створення умов для збереження інформації протягом тривалого часу. Цим займаються архіви, бібліотеки, інформаційні системи;

5) поширення інформації – полягає у переданні інформації від одного суб'єкта до іншого. Сюди входять ЗМІ, освітні установи, міжнародні організації, які займаються розповсюдженням інформації серед широкого кола осіб;

6) забезпечення доступу до інформації – надання користувачам можливості отримати доступ до інформаційних ресурсів. Це здійснюється через публічні

джерела інформації, відкриті бази даних, офіційні сайти державних органів тощо;

7) захист інформації. Суб'єкти інформаційної діяльності зобов'язані захищати конфіденційну та приватну інформацію. Це особливо важливо для організацій, які працюють з персональними даними або комерційною таємницею.

Отже, суб'єкти інформаційної діяльності відіграють важливу роль у сучасному суспільстві, забезпечуючи обіг інформації, підтримуючи процес прийняття рішень на основі знань, а також сприяючи інформованості населення і розвитку науки, техніки та культури.

Взаємодія зазначених суб'єктів приводить до утворення різних форм суспільної організації інформаційної діяльності, характеристика яких подається нижче.

*Галузі інформації* в Законі визначена як це сукупність документованих або публічно оголошених відомостей про відносно самостійні сфери життя і діяльності суспільства і держави. Таке визначення галузі інформації, по суті, близьке до абстрактного поняття «чиста галузь», яка ототожнюється з виробництвом одного виду продукту. Основні галузі інформації, згідно із Законом України «Про інформацію»: *політична, економічна, духовна, науково-технічна, соціальна, екологічна, міжнародна*. Причому у даному Законі відсутнє чітке визначення кожної з цих галузей.

Галузь інформації можна визначити як сферу суспільного життя, економіки чи науки, в якій здійснюється створення, збирання, обробка, зберігання, поширення та використання інформації. Вона охоплює різноманітні інформаційні процеси та ресурси, що забезпечують обмін знаннями, даними та інформаційними продуктами серед широкого кола користувачів. Інформаційна галузь включає не лише самі дані, але й інфраструктуру, інструменти та методи їхньої обробки, управління та використання.

Поряд з цим, наприклад, в економічній науці та на практиці вживають термін «галузь народного господарства» (або «господарча галузь»), що являє собою якісно однорідну групу господарських одиниць, яка характеризується особливими умовами виробництва в системі суспільного поділу праці та відіграє специфічну роль у процесі розширеного відтворення. У цьому контексті як окремі галузі інформації можуть розглядатися сукупність підприємств та організацій, що постачають інформацію.

Для узагальненого визначення області дії, середовища, в якому поширюються повідомлення, вживається поняття «*інформаційна сфера*».

Інформаційна сфера – це відносно самостійна сфера життєдіяльності суспільства. Її територіальний аспект виражається поняттям «інформаційний(е) простір (поле)», що є ареалом, у межах якого виявляється вплив даного суб'єкта інформаційної діяльності або певної сукупності суб'єктів інформаційної діяльності. Причому ця діяльність спрямована, як правило, на певний об'єкт (наприклад, населення країни).

Можна виділити такі основні *елементи інформаційної сфери*:

- інформаційні ресурси;
- інформаційна інфраструктура;
- інформаційні технології – це засоби, методи та процеси, що використовуються для збору, обробки, зберігання і поширення інформації;
- суб'єкти інформаційної діяльності, які були розглянуті вище;
- інформаційна політика – це державне і корпоративне регулювання процесів створення, зберігання та використання інформації. Вона спрямована на забезпечення інформаційної безпеки, захист прав на інформацію, підтримку інновацій і розвиток інформаційного суспільства.

Та частина інформаційної сфери, де інформація поширюється на основі товарно-грошових відносин, являє собою *інформаційний ринок*. Іноді як синоніми вживаються поняття «ринок інформації» і «ринок інформаційного та інтелектуального продукту». Цей ринок являє собою *суспільний механізм купівлі-продажу інформації та продуктів інтелектуальної власності*.

*Інформаційний ринок* – це сукупність економічних відносин, що виникають у процесі виробництва, розповсюдження, обміну та споживання інформації, інформаційних продуктів і послуг. На цьому ринку інформація стає товаром, який має свою цінність, а також піддається купівлі, продажу, обміну та іншим економічним операціям.

Основні *характеристики інформаційного ринку*:

- інформація як товар. На інформаційному ринку товаром є інформація та знання у різних формах – від новин і аналітики до наукових досліджень і технічних даних. Інформація є нематеріальним активом, який можна використовувати багаторазово без втрати якості;
- нематеріальна природа. Інформаційний ринок відрізняється від традиційних ринків тим, що його товари та послуги часто мають нематеріальну природу. Це означає, що вони існують у формі даних, знань або цифрових продуктів;
- високий темп змін. Інформаційний ринок швидко розвивається завдяки технологічним інноваціям, що дозволяє створювати нові продукти і послуги. Цей



ринок постійно змінюється, щоб відповідати актуальним потребам суспільства та бізнесу;

– швидке старіння інформації. Інформація може швидко втрачати актуальність, особливо в сферах, де знання швидко оновлюються (наприклад, наукові відкриття, технологічні інновації або фінансові новини);

– глобальність. Інформаційний ринок є глобальним, оскільки інформація може бути розповсюджена через Інтернет у будь-яку точку світу.

Інформаційний ринок можна умовно поділити на кілька основних сегментів:

1) ринок інформаційних технологій – включає програмне забезпечення, апаратне забезпечення, інформаційні системи, хмарні технології та інші технологічні рішення, які використовуються для обробки і зберігання інформації;

2) ринок інформаційних послуг – включає консалтингові послуги, послуги з аналізу даних, маркетингові дослідження, юридичні та фінансові консультації, а також освітні послуги;

3) ринок контенту – охоплює медіа, новинні агентства, видавничі компанії, виробників електронного контенту, навчальних курсів, цифрових бібліотек та інших продуктів, що надають інформаційний контент;

4) науково-технічна інформація – це ринок наукових публікацій, дослідницьких звітів, патентів, технологічних новинок і технічних специфікацій. Він служить для забезпечення наукової спільноти, підприємств і установ актуальною науково-технічною інформацією;

5) ринок персональних даних – сфера, що включає збір, аналіз та обмін персональними даними. Вона пов'язана з розвитком цифрових платформ, соціальних мереж, рекламних послуг і охоплює питання конфіденційності.

Інформаційний ринок є основою для розвитку сучасної економіки, науки, освіти та культури. Він об'єднує виробників, розповсюджувачів та споживачів інформації, створюючи умови для обміну знаннями і забезпечуючи доступ до важливої інформації. Однак для ефективного функціонування цього ринку необхідні належний правовий захист, регуляція і впровадження новітніх технологій для забезпечення конфіденційності, безпеки та справедливого доступу до інформації.

## 4.2 Задоволення суспільних інформаційних потреб у контексті інформаційно-аналітичної діяльності

Те, що процес управління потребує інформації – давно відома аксіома. Однак, мабуть, саме очевидність цього твердження часто залишає поза увагою аналітиків і менеджерів інформаційні потреби, їхню сутність і закономірності формування та задоволення. Для цього є певні підстави історичного та соціально-економічного характеру. По-перше, управління як теоретична й особливо прикладна дисципліна, по суті, почала формуватися близько ста років тому. По-друге, інформаційна діяльність як окрема сфера професійної діяльності, а не просто як складова процесу управління в межах різних організацій здебільшого має ще менший стаж, ніж наука управління. Щоправда, це не означає, що в минулі століття не існувало суб'єктів та організацій, професійна діяльність яких полягала у задоволенні інформаційних потреб членів суспільства. Згадаймо з цього приводу, наприклад, бібліотеки, архіви, газети тощо. Але інформаційні потреби різних суб'єктів стають об'єктом окремого аналізу з метою їхнього задоволення на досить широкій професійній основі переважно у другій половині ХХ ст. Відбувається це завдяки подальшому поглибленню суспільного поділу праці, в тому числі й у сфері управління, і появі та розвитку нових технологій передачі та зберігання інформації.

Отже, що ж являє собою інформаційна потреба? За визначенням фахівців, інформаційна потреба (або ж потреба в інформації) – це інформація, яку людина чи організація має одержати, щоб ефективно виконувати свою роботу, позитивно розв'язати якусь проблему або успішно задовольнити приватний інтерес чи хобі.

Таким чином, у певного суб'єкта потреба в інформації виникає через необхідність ліквідувати дефіцит певних знань, свого роду аномальний етап процесу пізнання. Часто люди не одразу можуть чітко сформулювати свою інформаційну потребу. Коли перед ними стоїть якась проблема, вони шукають потрібну інформацію, паралельно збираючи багато інформаційного шуму.

Для визначення цього стану фахівці вживають термін «*пасивна інформаційна потреба*», що являє собою потребу в інформації, яка усвідомлюється людиною лише тоді, коли вона отримує інформацію, необхідну для розв'язання проблеми, що стоїть перед нею. Причому отримана інформація може бути недостатньою для вирішення самої проблеми. Дуже часто вона може лише сприяти усвідомленню того, яка інформація потрібна суб'єкту для розв'язання його проблеми. Перехід від пасивної інформаційної потреби до її усвідомлення суб'єктом стимулює цілеспрямований пошук інформації. Надзвичайно висока популярність інтернету, на думку деяких фахівців, частково

пов'язана з тим, що він пропонує користувачам великі можливості задоволення їхніх пасивних інформаційних потреб.

*Інформаційна потреба* – це усвідомлена необхідність отримати певну інформацію, яка потрібна для прийняття рішень, розв'язання проблем, виконання завдань, підвищення рівня знань або досягнення інших цілей. Інформаційна потреба виникає тоді, коли людині або організації не вистачає конкретної інформації для здійснення певної діяльності.

Види інформаційних потреб: особисті – потреби в інформації для особистого розвитку, прийняття життєвих рішень або задоволення цікавості, особистих інтересів; професійні – потреби, пов'язані з професійною діяльністю або виконанням службових обов'язків (наприклад, юристу може бути потрібна інформація про зміни в законодавстві); науково-дослідні – потреби, пов'язані з пошуком нових знань і проведенням досліджень (наприклад, потреба в доступі до наукових статей, експериментальних даних або аналітичних оглядів); освітні – потреби в інформації, необхідної для навчання та розвитку (наприклад, підручники, навчальні відео, лекції та інші навчальні матеріали); соціальні – потреби в інформації для комунікації, розуміння соціальних процесів, суспільних змін і впливу на громадську думку.

Інформаційна потреба обумовлює появу інформаційного бажання, тобто тієї інформації, яку певна особа чи організація хотіла б мати. В ідеалі інформаційні бажання та інформаційні потреби збігаються. Але в реальному житті через вплив різних чинників таке буває вкрай рідко. Під час опитування користувачів інформації, наприклад у бібліотеках, як правило, досліджують перш за все їхні бажання, які тією чи іншою мірою можуть відрізнитись від реальних потреб.

Як формується інформаційна потреба?

- 1) виникнення проблеми або завдання: інформаційна потреба найчастіше виникає у зв'язку з необхідністю вирішення конкретного завдання або проблеми;
- 2) усвідомлення недостатчі знань: особа розуміє, що її наявні знання недостатні для розв'язання конкретного питання;
- 3) формулювання запиту: потреба переходить у форму конкретного запиту, коли людина вирішує, яку саме інформацію їй потрібно отримати;
- 4) пошук і отримання інформації: особа звертається до відповідних джерел чи інформаційних посередників для задоволення своєї інформаційної потреби.

Отже, інформаційні бажання реалізуються в *інформаційні запити*, тобто *замовлення одиниці інформації, що розглядається як потрібна або бажана*. Запит досить часто може не збігатися з потребою або навіть з бажанням. Інформаційний запит частково залежить від очікувань, які, в свою чергу,

залежать від існуючої системи інформаційного забезпечення. Тобто користувач, базуючись часто на власному досвіді, прогнозує, на яку інформацію він може розраховувати у конкретному випадку, подаючи той чи інший запит на інформацію.

Інформаційний запит формулюють у формі звернення (письмове або усне) до певного джерела або суб'єкта (організації, установи, бази даних, інформаційної системи тощо) з метою отримання конкретної інформації, яка необхідна для задоволення інформаційної потреби. Інформаційний запит формується на основі чітко усвідомленої інформаційної потреби та служить для її задоволення. Запит може бути в різних форматах – письмовий (заявка, лист, електронне повідомлення) або усний (консультація, телефонний дзвінок). Сучасні технології дозволяють подавати запити через онлайн-форми, електронні листи, месенджери тощо.

За типом звернення запити поділяються на офіційні – спрямовані на офіційні установи чи організації та оформлені відповідно до певних вимог; неофіційні – звернення до неформальних джерел інформації, таких як консультація з колегою чи пошук інформації у відкритих джерелах. За джерелом інформації можуть бути внутрішні запити (звернення до внутрішніх джерел організації, таких як внутрішні бази даних, архіви, документи тощо); зовнішні запити: запити, спрямовані на отримання інформації з зовнішніх джерел, таких як державні установи, наукові організації, інтернет-ресурси.

Інформаційний запит, якщо він реалізований (задоволений), завершується використанням інформації. Використання може виявитися результатом цілеспрямованого пошуку (виконаного запиту) і випадкового відкриття (в результаті нецільового пошуку). Потреба в інформації, як свідчить досвід, ширша за її використання. Адже далеко не завжди і не всі інформаційні потреби суб'єкта можуть бути повністю задоволені.

Послідовний ланцюжок інформаційних потреб, бажань, запитів і використання інформації складає інформаційний цикл. *Інформаційний цикл* – це послідовний процес, що включає стадії виникнення інформаційних потреб, формування бажань і запитів, а також використання отриманої інформації для досягнення певних цілей. Інформаційний цикл відображає шлях, який проходить інформація від моменту, коли виникає потреба в ній, до моменту, коли вона задовольняє цю потребу.

Інформаційний цикл має завершений характер, якщо використання інформації відповідає потребі в ній. Якщо ж використана інформація не задовольнила інформаційну потребу, то такий цикл має незавершений характер.

Водночас треба брати до уваги, що використання певної інформації породжує нові інформаційні потреби. Основні етапи інформаційного циклу включені в рис. 4.1.

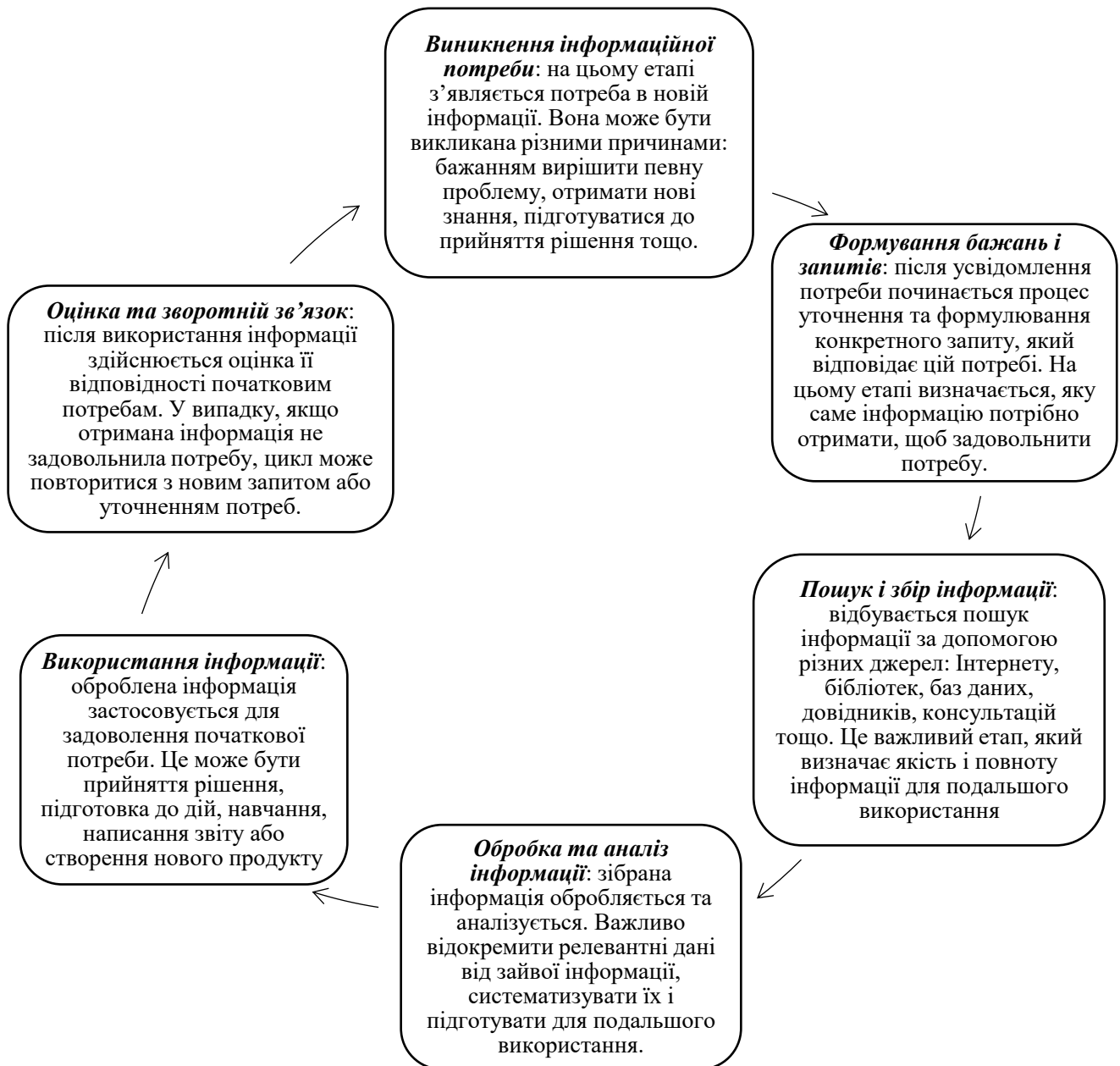


Рисунок 4.1 – Етапи інформаційного циклу

В основі формування потреб відповідних суб'єктів в інформації лежить специфіка їхньої життєдіяльності. Тому механізм визначення потреб суб'єктів управління в інформації базується на аналізі їхніх поточних і перспективних проблем. Якщо ситуація стабільна, усталена, то потреба в інформації визначається на підставі наявного досвіду, традиційного порядку ведення справ тощо.

Що ж стосується чинників, які впливають на процес визначення потреб суб'єктів в інформації та можливість їх задоволення, то їх можна поділити на

*мотиваційні, когнітивні та ресурсні.* Між ними Існує прямий та зворотний зв'язок.

*Мотиваційні чинники* – це ступінь зацікавленості суб'єктів у задоволенні їхніх інформаційних потреб. На перший погляд, сама постановка такої проблеми може здаватися нелогічною. Але на практиці можлива ситуація, коли інтереси підприємства, фірми та окремих працівників не збігаються. Таких прикладів досить багато: від недбалого виконання своїх обов'язків чи навіть шахрайства окремих працівників до краху американської енергетичної корпорації Елгол.

Під *когнітивними чинниками* процесу визначення та задоволення інформаційних потреб суб'єктів треба розуміти інтелектуальні здібності відповідних працівників, їхню здатність до нестандартного мислення, їхню кваліфікацію, професіоналізм у найширшому розумінні цих слів. Через якісну відмінність кваліфікації працівників як специфічного виду ресурсів її доцільно розглядати окремо від матеріально-технічних і фінансових ресурсів суб'єктів (підприємств, організацій тощо).

Саме матеріально-технічні та фінансові ресурси розглядають у першу чергу, коли йдеться про *ресурсні чинники* забезпечення процесу визначення потреб суб'єктів у інформації та можливості їх задоволення. Адже за умов однакової кваліфікації та мотивації працівників кращі можливості задоволення власних інформаційних потреб матимуть суб'єкти з вищим рівнем матеріально-технічного та фінансового забезпечення.

Через багатозначність самого поняття «інформація» інформаційні потреби на практиці нерідко чітко визначити й оцінити досить складно. Однак, щоб розв'язати дану проблему, фахівці окреслюють головні ознаки інформаційних потреб. Розглянемо ці ознаки.

Ключовою характеристикою будь-якої інформаційної потреби, що вимагає задоволення, є *тематика проблеми*, яку треба розв'язати. Вона задається набором *ключових понять (слів)*, на підставі яких здійснюється пошук *інформації*. У ролі ключових понять перш за все виступають спеціальні терміни як окремо, так і в певних словосполученнях, що дає змогу спочатку конкретизувати напрям пошуку інформації, а потім – обсяги її збору. Саме кількість понять по темі відображає потенційну інформаційну насиченість тієї чи іншої проблеми, яка вимагає розв'язання. З іншого боку, пошук і збір інформації здійснюються з метою її аналізу, який повинен бути завершений протягом певного часу. Тому набір ключових понять поєднується із визначенням глибини аналізу (виокремлення) обраної теми. Наприклад, повинен чи не повинен аналіз банківської системи України включати діяльність банків на ринку цінних паперів

(набір ключових понять). І наскільки детально, наприклад із хронологічної точки зору, треба аналізувати діяльність банків на ринку цінних паперів (глибина виокремлення конкретної теми).

Причому вже на початковому етапі можуть виникнути проблеми у визначенні інформаційної потреби, що пов'язані з перешкодами на шляху її предметної специфікації, а саме: досить загальний або недостатньо чіткий запит на інформацію; багатозначне тлумачення понять.

Перший з цих факторів має суто суб'єктивний характер і пов'язаний з рівнем кваліфікації відправника й отримувача інформації, з їхньою психологією. Другий має об'єктивну семантичну основу, притаманну будь-якій мові.

Важливе значення для описання інформаційної потреби має характер подальшого використання отриманої інформації – наприклад, теоретична, довідкова, статистична, методологічна тощо. Ця характеристика за формальними ознаками близька до функцій використання інформації, але має більш інваріантний (незмінний) характер, стосується перш за все властивостей власне інформації.

Для опису конкретної інформаційної потреби слід враховувати хронологічне охоплення подій, тобто період часу, за який збирається інформація для її подальшого використання. Ця ознака пов'язана з обсягом необхідної інформації і залежить у першу чергу від специфіки завдань, які треба вирішити. Наприклад, через річні коливання урожайності сільськогосподарських культур інформацію про можливу окупність інвестицій в аграрний сектор доцільно збирати за кілька років. Тоді як для визначення тенденції розвитку (тренду) фінансових (фондових) ринків з метою проведення короткотермінових операцій достатньо обмежитись збором інформації за порівняно коротший період, як правило, в межах одного року.

Перелічені ознаки (характеристики) інформаційних потреб, не обтяжені суб'єктивним впливом відправника інформації. І тому саме вони відіграють основну роль для характеристики кожної конкретної інформаційної потреби.

Водночас існує ряд характеристик інформаційних потреб, формування яких пов'язане із суб'єктивним впливом відправника інформації. Так, на зміст повідомлення впливає місце походження первинної інформації. Наприклад, на початку 1990-х років матеріали про Україну навіть вельми поважних західних аналітичних центрів, але підготовлені на підставі тільки неукраїнських видань, мали суттєві недоліки щодо об'єктивності подачі інформації про нашу країну.

Важливе значення для засвоєння інформації має форма її презентації. Наприклад, обсяг коментарів, наявність таблиць, графіків, діаграм тощо, а також

загальний обсяг матеріалу, оскільки кожний споживач здатний засвоїти за певний відрізок часу тільки певний обсяг повідомлень.

Оцінка інформаційних потреб суб'єктів здійснюється на практиці перш за все через оцінку їхніх інформаційних бажань і запитів. Останні більш очевидні, оскільки знаходяться «на поверхні», тоді як справжні інформаційні потреби мають глибинніший характер і для свого адекватного визначення потребують певного аналізу (самоаналізу). Взагалі визначення власних інформаційних потреб суб'єктами (насамперед, через самоаналіз) є ефективним засобом удосконалення процесу управління. Правильна ж оцінка сторонніх інформаційних потреб становить для будь-якого суб'єкта важливий фактор поліпшення його зовнішніх відносин. А для багатьох суб'єктів інформаційного ринку – це важливий резерв збільшення обсягів продажу інформації.

Профіль та особливості діяльності основних суб'єктів інформаційної діяльності обумовлюють специфіку їхніх інформаційних потреб. Характеристики функціонування основних типів суб'єктів включені у табл. 4.1.

Таблиця 4.1 – Характеристики основних типів суб'єктів інформаційної діяльності відповідно до функціональності і специфіки інформаційних потреб

Основні типи суб'єктів інформаційних відносин	Суспільна функція	Специфіка інформаційних потреб
Комерційні організації – юридичні особи, підприємці – фізичні особи	Виробництво та продаж товарів і послуг	Детальна інформація, що стосується виробництва та збуту певної для кожного суб'єкта категорії товарів та послуг; вузькоспеціалізована інформація у сфері технологій та їх фінансово-економічного забезпечення посідає провідне місце серед інформаційних потреб; інформація по певних ринках
Некомерційні організації – юридичні особи	Презентація та захист інтересів певних груп юридичних і фізичних осіб	Інформація щодо діяльності осіб, інтереси яких дана організація представляє, має більш загальний характер порівняно з інформацією, якою користуються особи, інтереси яких представляє ця некомерційна організація; більше значення в діяльності некомерційних організацій мають дані (інформація) про економічні, соціальні, політичні процеси у країні в цілому чи в якомусь регіоні (для організацій регіонального профілю)



Основні типи суб'єктів інформаційних відносин	Суспільна функція	Специфіка інформаційних потреб
Громадяни (фізичні особи)	Продавці робочої сили, споживачі товарів і послуг, члени громадянського суспільства	Інформація щодо умов праці, відпочинку, інших аспектів життєдіяльності, дані про споживчі та цінові характеристики споживчих товарів і послуг; інформаційна діяльність здійснюється на індивідуальному рівні із залученням інформаційних посередників і відповідних (для індивіда – невеликих) ресурсів
Органи державної та місцевої влади, місцевого самоврядування та галузевого управління	формують умови життєдіяльності інших суб'єктів суспільства через формування та забезпечення механізмів функціонування правової системи в державі; управління та регулювання суспільних процесів у країні, регіоні чи галузі	Мають справу передусім з економічною, соціально-політичною та юридичною інформацією, використання природно-технологічної інформації має порівняно менше значення; регулярно вдаються до послуг експертів зі спеціальних сфер знань. Різниця ж в інформаційних потребах органів державного та місцевого рівня обумовлена характером завдань, що стоять перед цими органами. У діяльності перших більше значення має вирішення стратегічних, довготермінових проблем, а в других – вирішення тактичних, короткотермінових питань

Водночас, незважаючи на специфіку інформаційних потреб різних суб'єктів, існують загальні *чинники*, що визначають механізми їх задоволення та обсяги і структуру ресурсів, що залучаються для цього. Наведемо їх узагальнений перелік:

- стандартний чи нестандартний характер проблеми, для розв'язання якої потрібна відповідна інформація (часто ця характеристика проблеми залежить від рівня кваліфікації та досвіду суб'єкта, що її вирішує);
- ступінь забезпечення суб'єкта різними видами ресурсів, особливо забезпеченість кваліфікованими кадрами, які працюють з інформацією;
- наявність інформаційних матеріалів, підготовлених раніше для вирішення іншої проблеми, але придатних для розв'язання цієї проблеми;
- вибір між внутрішніми та зовнішніми шляхами задоволення

інформаційних потреб. Іноді, наприклад, необхідність збереження конфіденційності при задоволенні інформаційних потреб через зовнішні канали надходження повідомлень призводить до розподілу однієї інформаційної потреби на кілька запитів, спрямованих до різних виконавців. А це, в свою чергу, робить можливим викривлення отриманої інформації у процесі її індукції;

– час, відведений на розв'язання проблеми (тобто на збір, обробку, передачу та аналіз інформації і прийняття рішень).

Залежно від того, яку роль відіграє інформаційна діяльність у визначенні місця суб'єктів інформаційної діяльності у процесі суспільного поділу праці, означених суб'єктів умовно можна поділити на дві великі категорії (див. рис. 4.2).

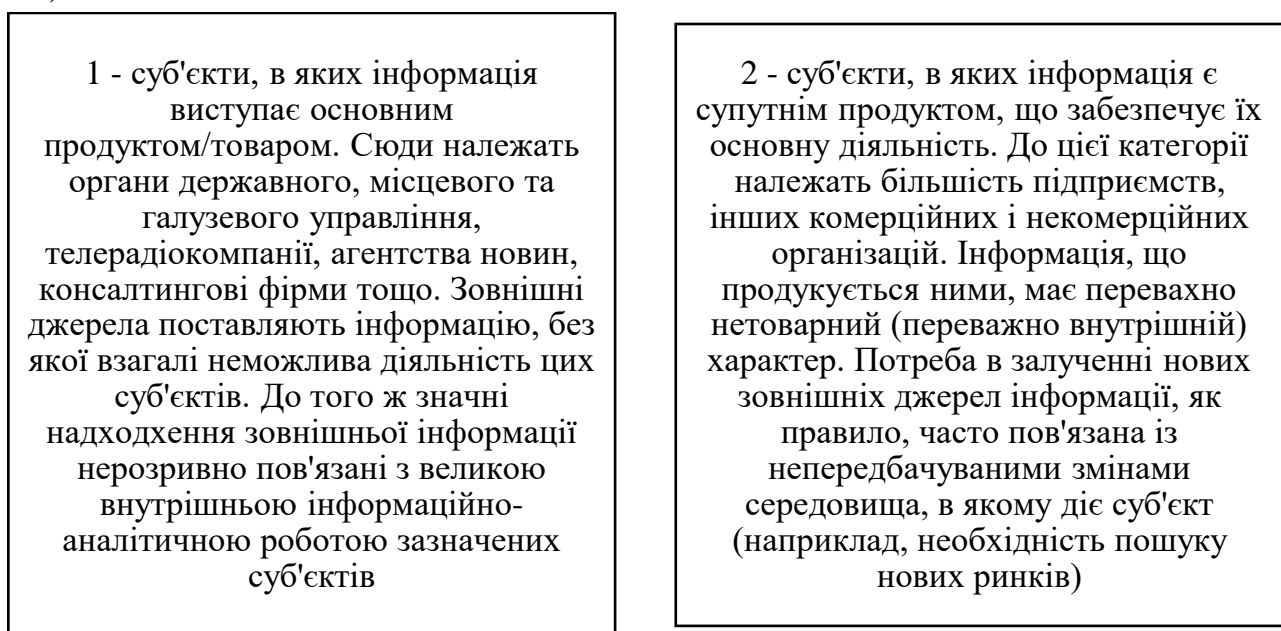


Рисунок 4.2 – Категорії суб'єктів інформаційної діяльності

До того ж задоволення інформаційних потреб суб'єктів може здійснюватись як власними силами, так і за рахунок залучення відповідних зовнішніх партнерів.

Вибір суб'єкта інформаційної діяльності між внутрішніми та зовнішніми механізмами задоволення його інформаційних потреб часто залежить від величини і профілю діяльності цього суб'єкта. Один і той самий вид інформаційних потреб у різних організаціях може здійснюватись за рахунок внутрішніх і зовнішніх джерел. Наприклад бухгалтер, який за угодою обслуговує ряд дрібних фірм, тоді як у великих організаціях бухгалтери працюють на постійній основі. Водночас у деяких інших сферах інформаційної діяльності, наприклад, у галузі маркетингових досліджень, склався відносно вищий рівень поділу праці. В результаті до послуг сторонніх суб'єктів тут вдаються частіше, особливо великі організації.

Задоволення інформаційних потреб суб'єктів за рахунок зовнішніх джерел має такі переваги:

- дає можливість залучати інформаційні ресурси, які неможливо створити власними силами;

- сприяє ефективнішому використанню та економії ресурсів (фінансових, матеріальних, трудових, часу) та отриманню додаткової вигоди (прибутку).

Поряд з цим залучення послуг сторонніх партнерів для задоволення інформаційних потреб суб'єктів, перш за все організацій, може мати певні недоліки та дещо обмежувати їхню діяльність, а саме:

- не виключена поява додаткового каналу втрати організацією конфіденційної інформації;

- існує ймовірність певного зниження ступеня свободи в управлінні інформаційними потоками в організації (залежність графіка роботи з інформацією від надходження зовнішньої інформації);

- загальне підвищення ступеня залежності організації від впливу зовнішніх чинників у використанні не лише інформації, а й інших ресурсів.

### **Контрольні запитання:**

1. Яка відмінність між суб'єктом інформаційних відносин і суб'єктом інформаційної діяльності?

2. Назвіть основні функції суб'єктів інформаційної діяльності.

3. Що таке галузь інформації? Назвіть основні галузі інформації.

4. Основні характеристики і сегменти інформаційного ринку.

5. Що таке інформаційна потреба? Інформаційний запит?

6. Як формулюють інформаційний запит?

7. Схарактеризуйте інформаційний цикл, що відображає шлях від виникнення інформаційної потреби до її задоволення.

8. Що таке ключові поняття і слова, на підставі яких здійснюється пошук інформації для задоволення інформаційної потреби?

9. Назвіть основні функції, які здійснюють у результаті задоволення інформаційної потреби.

10. Схарактеризуйте основні типи суб'єктів інформаційної діяльності в аспекті функціональності і специфіки інформаційних потреб.

11. Які дві групи суб'єктів інформаційної діяльності виокремлюють відповідно до суспільного поділу праці?

## Тема 5. ІНФОРМАЦІЙНЕ ВИРОБНИЦТВО. ІНФОРМАЦІЙНИЙ БІЗНЕС

### 5.1 Інформаційна складова економіки

Сьогодні швидкими темпами розвивається специфічна сфера економіки – *інформаційна*, яка перетворилася на спеціальну сферу масового прикладення праці. За масштабами зайнятості, обсягами фінансування цю галузь можна порівняти з найбільшими галузями матеріального виробництва. Однак це вельми специфічна сфера господарської практики, несхожа на те, з чим мало досі мало справу людство протягом своєї історії. Вона так швидко удосконалюється організаційно та технологічно, що незабаром традиційні рішення щодо її управління та організації стануть неефективними.

Вже сьогодні у суспільстві інформація стала важливим чинником економічного зростання у багатьох галузях. Саме вона є продуктом наукової та дослідницької діяльності, необхідним компонентом у процесі досліджень. Тому й установи, що забезпечують ринок інформаційним товаром, отримують великі прибутки, звичайно, за умови належної організації діяльності та керівництва. Проте складність діяльності інформаційних установ полягає в тому, що не можна легко обчислити шляхом підрахунку кількість випущеної продукції, а якість для цього бізнесу має таке ж велике значення, як і кількість. Основним тут є результативність роботи, динаміка реагування на потреби споживачів, які є різноманітними і швидко змінюються.

Найважливіша мета концепції управління та організації інформаційної діяльності – ефективно керівництво всіма інформаційними ресурсами на основі використання сучасної інформаційної технології та організація, спрямована на вироблення форми надання і змісту інформаційних послуг відповідно до вимог конкретного ринку, тобто споживача інформаційних продуктів і послуг. І ця концепція має бути реалізована у процесі підготовки відповідних фахівців (зокрема, зі спеціальності «Інформаційна, бібліотечна та архівна справа»).

Для однозначного сприймання матеріалу потрібно коротко зупинитися на основних поняттях.

*Управління* – це діяльність суб'єкта, що дістає вияв у цілеспрямованому, організуючому впливі на об'єкт управління, здійснюваному з метою приведення останнього у бажаний для суб'єкта стан.

*Організація* як процес є функцією, суть якої полягає в систематичній координації багатьох завдань і формальних взаємовідносин людей, які їх виконують. Власне організація діяльності представляє собою спосіб

функціонування структурних елементів будь-якої системи (установи, партії, держави тощо).

*Інформаційна установа* – установа, фірма, корпорація, виробниче об'єднання, організація, що здійснює збирання, обробку, розробку, постачання та реалізацію інформаційних продуктів і послуг, включаючи, якщо потрібно, авторський нагляд та інформаційне обслуговування споживачів, впливає на формування витрат інформаційного виробництва, альтернативної вартості, на формування ринкових цін і тарифів, на формування прибутку.

*Інформаційне виробництво* – процес дії людини на інформацію (*предмет* праці) з допомогою *засобів* (знарядь) праці з метою отримання нової інформації (*продукту* праці), необхідної для створення матеріальних, духовних та інших цінностей, що забезпечують існування та розвиток людини і суспільства.

Інформаційне виробництво можна розглядати як процес створення, обробки, зберігання та розповсюдження інформаційних продуктів та послуг, який здійснюється для задоволення інформаційних потреб суспільства.

Кінцевим результатом інформаційного виробництва можна вважати інформаційний продукт, який може мати різні форми: тексти, бази даних, мультимедійні матеріали, програмне забезпечення, наукові дослідження, інформаційні звіти, новини та багато іншого. Інформаційні продукти можуть бути матеріальними (наприклад, друковані книги, журнали) або нематеріальними (цифровий контент, програмне забезпечення, бази даних).

В інформаційному суспільстві інформаційне виробництво набуває особливо важливого значення, оскільки інформація стає стратегічним ресурсом, що сприяє економічному розвитку, інноваціям та підвищенню ефективності всіх сфер діяльності.

На сучасному етапі переходу до інформаційного суспільства незабаром вирішальний вплив на всі економічні процеси чинитиме саме інформаційна інфраструктура, оскільки лише вона здатна забезпечити новий простір для функціонування бізнесу.

Взагалі тлумачень інформаційної інфраструктури є багато, однак усі вони неодмінно пов'язуються із використанням інформаційних технологій. На нашу думку, на увагу заслуговує одна з дефініцій, що її подають фахівці із США, де інформаційна інфраструктура є однією із найрозвиненіших у світі через постійну опіку державою. *Інформаційна інфраструктура* включає в себе:

- компоненти, що забезпечують передачу, зберігання, оброблення даних, голосу, образів;
- інформацію у вигляді наукових або ділових баз даних, записів звуків,

бібліотечних архівів тощо;

– програмне забезпечення, що дає змогу споживачам маніпулювати даними, отримувати доступ і переглядати великі масиви інформації;

– фахівців зі сфери інформаційного бізнесу, котрі створюють інформацію, програмні продукти, надають послуги.

Завдяки розвитку інформаційної інфраструктури весь процес виробництва і споживання істотно змінився. Виробники значно знизили витрати, оскільки отримали нові важелі управління. Натомість споживачі мають можливість реалізувати свої інтереси внаслідок практично необмеженого доступу до інформації.

Інформаційна інфраструктура створює умови для функціонування інформаційного суспільства, розвитку інноваційних технологій та впровадження цифрових рішень у різні сфери життя. Завдяки ній стає можливим ефективно поширення та обмін інформацією, що має велике значення для економічного розвитку, соціальної взаємодії та управління знаннями.

*Основні компоненти інформаційної інфраструктури:*

1) технічна інфраструктура – сюди належать фізичні мережі (телекомунікаційні, комп'ютерні), сервери, центри обробки даних, канали передачі даних та інші технічні елементи, які забезпечують збір, обробку і передачу інформації. Технічна інфраструктура включає також мережеве обладнання, таке як маршрутизатори, комутатори, модеми, кабелі тощо, які забезпечують з'єднання різних пристроїв і підтримку інтернет-з'єднання;

2) програмна інфраструктура – сюди входять операційні системи, системи управління базами даних, аналітичні системи, програмні платформи та прикладне ПЗ. Програмна інфраструктура також включає хмарні сервіси, CRM-системи, ERP-системи та інші інструменти, що дозволяють автоматизувати бізнес-процеси та аналізувати великі обсяги даних;

3) інформаційні ресурси;

4) організаційна інфраструктура – сюди входять організації, інститути, агенції та підприємства, які займаються розробкою, впровадженням і підтримкою інформаційних технологій. Це можуть бути державні та приватні структури, науково-дослідні центри, навчальні заклади, які займаються дослідженням і розвитком інформаційних технологій. Організаційна інфраструктура охоплює також організації, що займаються регулюванням інформаційної політики, забезпечують стандартизацію та створюють нормативно-правові бази для інформаційної діяльності;

5) кадрова інфраструктура – людські ресурси, які забезпечують функціонування інформаційної інфраструктури, включаючи фахівців у галузі інформаційних технологій, програмістів, системних адміністраторів, аналітиків, дослідників, спеціалістів з обробки даних та інших професіоналів.

Інформаційна інфраструктура є ключовим фактором для розвитку економіки, оскільки забезпечує ефективну організацію процесів управління, взаємодію між бізнесом і державними установами, підвищення продуктивності та впровадження інновацій.

Інформаційна інфраструктура сприяє поліпшенню якості життя громадян, надаючи доступ до інформації, освітніх ресурсів, медичних послуг, соціальних програм тощо.

Розвиток освітніх платформ і доступ до наукових знань можливий завдяки наявності інформаційної інфраструктури, що сприяє обміну знаннями, підтримці наукових досліджень та співпраці між навчальними закладами.

Інформаційна інфраструктура підтримує процеси електронного урядування, полегшує управління державою, забезпечує прозорість діяльності органів влади та створює можливості для активної участі громадян у процесах прийняття рішень.

Уже сьогодні рівень розвитку інформаційної інфраструктури є «лакмусовим папірцем» добробуту, випереджаючи у цьому традиційні сектори економіки.

Ще донедавна в економічних ученнях було лише три складові виробництва – *природні ресурси, праця, капітал*. І ніхто не міг уявити, що таку роль може виконувати й *інформація*. Однак сьогодні інформація стала чи не найважливішою частиною виробництва, порівняно із традиційними компонентами.

Сьогодні інформація – це товар, який можна продати і купити. Однак на ринку матеріального виробництва, крім готових виробів, присутні ще й напівфабрикати. Що ж стосується інформації, то інформаційні ресурси цінні лише у готовому вигляді. Крім того, інформаційні індустрія не підпорядковується головному постулату традиційного виробництва (обсяги виробництва пропорційні витратам капіталу). Адже не завжди багаторічні наукові дослідження можуть дати такий результат, який би окупив усі витрати. І навпаки, талановитий студент здатен за одну ніч написати програму, вмілий продаж якої може принести мільйонні прибутки.

Ще одна відмінність інформаційної інфраструктури від інших складових економіки полягає у тому, що цінність інформаційних ресурсів заснована не на просторовій (як це з матеріальними ресурсами), а на часовій сутності. Тобто,

інформація, як правило, *найбільшу цінність має на момент свого виникнення*. З тиражуванням її цінність зменшується. Саме часова сутність інформації лежить в основі біржових спекуляцій, інвестиційної привабливості наукових розробок, рекламних прибутків ЗМІ тощо.

Фахівці вважають, що інформаційна складова не тільки впливає на структуру капіталу, а й змінює виробничі та ринкові параметри продукції. Однак не всі визнають за нею роль головного ресурсу, вважаючи використання інформаційних технологій лише розвитком прогресу, що дозволяє знижувати капіталовкладення і підвищувати продуктивність праці. Проте інформація інтегрується з іншими економічними ресурсами (енергією, сировиною, фінансами, працею, технологіями тощо), істотно змінюючи їхні властивості та виступаючи, таким чином, складовою ВВП.

У сучасній Україні (і не лише в Україні) прийнято говорити про дефіцит інформації (корисних повідомлень) на усіх рівнях управління. Державні установи багато в чому відстають, не створено всеохоплюючої та збалансованої системи моніторингу економічних і соціальних процесів у країні. А без цього неможливе ефективне регулювання економіки та інших сфер життя суспільства. Натомість комерційні інформаційні установи ще не можуть вповні задовольнити усі інформаційні потреби споживачів, тому і не сприяють сталому розвитку економіки та суспільства в цілому.

Однак перехід до ринкових відносин в інформаційній сфері зумовив певні зміни, зокрема, сьогодні визначальними для її розвитку (безпосередньо чи опосередковано) стали товарно-грошові відносини. При чому роль держави у фінансуванні помітно зменшилася. *Безпосередній вплив товарно-грошових відносин* перш за все проявився у формуванні та розвитку інформаційного ринку, де інформація та інформаційні послуги циркулюють як товар, сформувавши різноманітну за своєю діяльністю категорію інформаційних установ, існування яких пов'язане із виробництвом і торгівлею інформацією, наданням інформаційних послуг. А *опосередкований вплив товарно-грошових відносин* на розвиток інформаційної сфери проявився у формуванні жорстких бюджетних обмежень поведінки всіх без винятку суб'єктів. Це, у свою чергу, змінило загальні обсяги та структуру попиту на інформацію і відповідні параметри її пропозиції. Фахівці стверджують, що опосередкований вплив на інформаційну діяльність після розпаду СРСР навіть сильніший за безпосередній, оскільки змінюється усвідомлення ролі інформації на всіх рівнях суспільного життя та життя окремого індивіда. Це зумовило, з одного боку, комерціалізацію інформаційної сфери, а з іншого – перетворило інформаційну діяльність у засіб



впливу. Останнє стало можливим внаслідок перетворення фінансового капіталу в політичний, що у результаті допомагає розв'язувати економічні проблеми власника фінансових потоків.

Нового типу суб'єкти інформаційного ринку, переважно комерційні, виникають надто повільно (брак інвестування, недосконале законодавство), а тому не можуть швидко компенсувати брак відповідної інформації.

## 5.2 Поняття про інформаційний бізнес

У перекладі з англійського «business» – це справа, ділові відносини між людьми, або відносини між учасниками справи. Поняття «бізнес» і «підприємництво» досить близькі за значенням, і ми будемо їх використовувати як тотожні. *Інформаційний бізнес* – це бізнес, що здійснюється в інформаційній сфері економіки. Зародження цього виду бізнесу відносять на кінець 1960-х років, формування як самостійної галузі – на 1970-і роки, а в 1980-і він перетворився у великий багатогалузевий комплекс зі своєю інфраструктурою.

В Україні становлення інформаційного бізнесу почалося в 1990-х роках, коли вона стала самостійною державою й почала побудову своєї економіки на основі ринкової системи господарювання. Поняття «інформаційний бізнес» або «індустрія переробки інформації» характеризує сферу інформаційно-управлінської діяльності на основі інформаційних технологій. Таким чином, всі фірми, що здійснюють таку діяльність, відносяться до фірм інформаційного бізнесу.

Поняття «інформаційний бізнес» використовується як порівняно нова сфера підприємницької діяльності у вигляді найбільшого багатогалузевого комплексу зі своєю інфраструктурою, що склалася. Його можна подати як бізнес, що здійснюється в інформаційній сфері економіки.

*Інформаційний бізнес* – це сфера підприємницької діяльності, пов'язана з виробництвом, обробкою, зберіганням, передачею та продажем інформації, а також із розробкою продуктів та послуг, що задовольняють інформаційні потреби суспільства. Цей вид бізнесу включає в себе різноманітні компанії, що працюють з інформацією як основним активом і використовують її для генерування доходу. Інформаційний бізнес охоплює діяльність, яка має на меті задовольнити інформаційні потреби суспільства, бізнесу, науки, освіти, уряду тощо.

Інформаційний бізнес, з одного боку, входить в інфраструктуру всієї системи підприємницької діяльності нарівні з банками, біржами, аудиторськими

компаніями тощо, з іншого боку, є самостійною сферою бізнесу. Ознаки інформаційного бізнесу включені у таблицю 5.1.

Таблиця 5.1 – Сутнісні ознаки інформаційного бізнесу

Ознака	Зміст
Вироблений продукт	Інформація, інформаційні продукти і послуги
Предмет праці	Вхідна інформація
Знаряддя праці	Апаратні засоби ЕОМ та інші технічні засоби збору, накопичення, обробки, зберігання, поширення інформації
Технології	Інформаційні технології, інформаційні системи
Призначення виробленої продукції	Задоволення інформаційних потреб і запитів користувачів
Потенційні споживачі	Юридичні і фізичні особи

Основні напрями інформаційного бізнесу:

– медіабізнес. До медіабізнесу належать компанії, що займаються створенням та розповсюдженням новин, аналітичних матеріалів, розважального контенту тощо. Це можуть бути телебачення, радіо, друковані та електронні ЗМІ, інтернет-платформи, соціальні мережі. Медіабізнес генерує дохід за рахунок реклами, передплати на контент, продажу прав на контент та інших моделей монетизації;

– інформаційні технології та програмне забезпечення. Сюди належать компанії, що займаються розробкою програмного забезпечення, баз даних, хмарних рішень, систем управління інформацією та аналітичних інструментів. Вони пропонують продукти та послуги для збирання, зберігання, обробки та аналізу даних, які є необхідними для бізнесу, державних установ і різних галузей економіки;

– консалтинг і аналітика. Інформаційні консалтингові компанії надають послуги з бізнес-аналітики, ринкових досліджень, прогнозування, оцінки ризиків тощо. Вони допомагають компаніям ухвалювати обґрунтовані рішення на основі аналітичної інформації. Така діяльність включає консультування, проведення досліджень, підготовку звітів та надання стратегічних рекомендацій;

– освітні технології (EdTech). Передбачає створення освітніх платформ, онлайн-курсів, вебінарів та інших навчальних матеріалів. Це можуть бути як університети та школи, так і приватні освітні проєкти. Доходи таких платформ можуть отримуватися за рахунок передплати, плати за курси, а також рекламних і спонсорських програм;

– бази даних і платформи для обміну інформацією. Компанії, що займаються збором, обробкою та поширенням інформації в форматі баз даних, каталогів, реєстрів тощо. Це можуть бути ринкові дослідження, інформаційні агрегатори, платформи для пошуку роботи, платформи для зберігання й обміну науковими дослідженнями. Приклади таких компаній: Bloomberg, Thomson Reuters, Glassdoor, LinkedIn, PubMed;

– електронна комерція (E-commerce) та маркетинг. Компанії, що займаються цифровим маркетингом, рекламою та продажем інформаційних продуктів через Інтернет. Вони можуть пропонувати своїм клієнтам аналітику споживчої поведінки, таргетинг, контекстну рекламу та інші послуги. Інструменти: платформи для онлайн-торгівлі товарами і послугами, а також цифрові маркетингові рішення, включаючи SEO, контент-маркетинг, таргетовану рекламу. E-commerce компанії збирають і використовують дані про споживачів для персоналізації пропозицій і вдосконалення сервісу;

– кібербезпека. Захист інформаційних систем від несанкціонованого доступу, забезпечення безпеки персональних даних. Кібербезпека є критично важливою для будь-якого бізнесу, що працює з даними, і включає послуги із запобігання кібератакам та захисту інформаційних ресурсів;

– інформаційні агентства та агрегатори даних. Компанії, що спеціалізуються на зборі, обробці, систематизації та продажу даних (наприклад, фінансових, економічних, соціальних). Інформаційні агентства надають компаніям, дослідникам і державним установам доступ до структурованої та аналітичної інформації.

*До особливостей, що притаманні інформаційному бізнесу, відносяться такі:*

1. Інформаційний бізнес щодо інших видів діяльності є складовою виробничої інфраструктури і забезпечує інформаційні потреби споживачів. Тому *перше завдання інформаційної установи* – пошук споживачів із однаковими інформаційними потребами. Для цього застосовують прямі загальні та цільові методи маркетингу. Адже усі віднайдені групи споживачів утворюють певний сегмент ринку для інформаційної установи.

2. Специфіка інформації як товару. Інформаційний ринок практично безмежний, оскільки постійно зростає кількість споживачів, задовольнити інформаційні потреби яких раз і назавжди неможливо. Останнє робить інформаційний бізнес особливо привабливим, бо надає простір для дії. Звичайно, конкуренція на інформаційному ринку присутня, і досить жорстка. Тому це призводить не до занепаду, а до інтеграції інформаційних установ у великі компанії, оскільки інформаційне виробництво є дуже наукомістким, а

проведення розрізнених досліджень не є економічно вигідним і породжує дублювання.

3. Вплив інформаційних тенденцій: ускладнення інформаційних продуктів та послуг, здатність до взаємодії, глобалізація, конвергенція. Так, через конвергенцію різних видів діяльності завдяки розвитку інформаційних технологій стає досить складно диференціювати фірми за ознакою виду інформаційної продукції чи послуг, які вони надають. Наприклад, до якої форми продуктів людської праці слід віднести створення баз даних і надання послуг з доступу до них? Відповісти на це запитання виходячи з традиційних уявлень досить складно. Сфера інформаційного бізнесу є складною для сприйняття та аналізу. Вона синтезує у собі найкращі якості того чи іншого сектору економіки і поєднує риси виробничої, проектної, наукової та творчої діяльності. Як наслідок конвергенції, помітною стає тенденція, що швидко поширюється серед компаній, які діють в інформаційному бізнесі. Це тенденція до об'єднання з іншими компаніями через придбання або інші форми кооперації чи посилення контролю над діяльністю суміжних фірм.

4. Інтеграція інформаційного бізнесу в інші сфери людської діяльності (наука, соціальна сфера, виробництво та ін.), поступова відмова від посередників.

5. Споживач став безпосереднім учасником інформаційного виробництва, а тому визначає напрями розвитку і вдосконалення діяльності інформаційної установи.

6. Споживача цікавлять лише ті інформаційні продукти і послуги, що безпосередньо стосуються його діяльності. Найбільше цінується не загальна інформація з якоїсь проблеми, а вузькоспеціалізовані відомості, потрібні для прийняття конкретного рішення, ті, що дадуть змогу зробити конкретний позитивне чи негативний висновок. А для цього інформаційна установа повинна більш докладно знати інформаційні потреби споживачів і забезпечувати необхідну якість наданих інформаційних продуктів чи послуг. Крім того, фірма повинна дбати про джерела отримання інформації, необхідної для створення відповідних інформаційних продуктів чи послуг, які можуть задовольнити потреби конкретного споживача. Задача полягає у пошуку надійних постачальників необхідних вихідних даних і у придбанні тільки такої інформації, що зможе задовольнити специфічні запити споживачів.

7. Установи, що займаються інформаційною діяльністю, переважно створюють власні інформаційні продукти і послуги (за винятком стратегічних), не вдаючись до послуг інших фірм, що дає їм змогу контролювати якість

інформаційних продуктів і послуг, оскільки останній чинник є дуже важливим активом будь-якої організації.

8. У сфері інформаційного бізнесу переважає контрактна форма підприємництва та підтримування близьких чи неформальних стосунків зі своїми споживачами.

*Перспективи* розвитку інформаційного бізнесу:

– розвиток штучного інтелекту та автоматизації дозволить більш ефективно обробляти інформацію і робити точні прогнози;

– розширення ринку цифрових послуг, зокрема дистанційного навчання, онлайн-консультацій та інформаційних сервісів;

– удосконалення методів персоналізації завдяки аналізу поведінки користувачів, що допоможе більш ефективно задовольняти їхні потреби;

– зростання попиту на кібербезпеку через збільшення обсягів даних та онлайн-активності компаній і приватних осіб.

Отже, інформаційний бізнес є важливим сектором економіки, що швидко розвивається і відіграє вирішальну роль у формуванні інформаційного суспільства.

Будь-який вид підприємницької діяльності, у тому числі й інформаційний бізнес, функціонує у певному середовищі, що називається середовищем підприємницької діяльності або господарським середовищем. Виділяють такі його складові: економічне; політичне; правове; соціально-культурне; технологічне; географічне або фізичне; організаційно-технічне (інституційне). Вплив кожної із цих складових на процес підприємницької діяльності є різним, у той же час всі вони взаємозалежні й взаємодіють між собою.

Ринок інформації виник в той момент, коли людство усвідомило, що інформація – це ресурс. Проте, слід зазначити, що цей ресурс має ряд специфічних ознак. Економісти розглядають інформацію як один із видів ресурсів, який використовується людиною в трудовій діяльності і побуті. Як ресурс, інформація має всі властивості товару: її можна продавати, купувати тощо.

Отже, *інформація – продукт*, і це пояснюється тим, що вона є результатом людської праці, господарської діяльності і може бути в матеріальній або духовній (нематеріальній) формах. Інформація як продукт праці, має дві притаманні продуктові властивості. По-перше, інформація задовольняє певну потребу людини. По-друге, інформація здатна обмінюватися на інші блага в певних пропорціях. Таким чином, інформації властиві споживча вартість та

мінова вартість, вона може бути як у матеріалізованому в певному об'єкті вигляді, так і у вигляді послуги.

Звичайно, інформація стає товаром в умовах товарного виробництва, тобто при такому типі організації виробництва, при якому продукти праці виробляються з метою продажу на ринку. Однією із головних проблем в умовах цього виду виробництва є встановлення ціни товару, у даному разі ціни інформації. Ціна інформації, як і ціна будь-якого іншого товару, визначається перш за все його властивостями, тобто споживчою вартістю і вартістю, які закладені у її основу.

Поняттям, яке описує корисність і цінність інформації для її споживача є *«споживча вартість інформації»*. Споживча вартість інформації визначається її здатністю задовольнити певні потреби користувача, забезпечити йому додаткові можливості, зменшити невизначеність або допомогти ухвалити правильні рішення. Інформація стає корисною для споживача лише тоді, коли вона відповідає конкретним цілям або завданням, які він перед собою ставить.

Якщо інформація задовольняє потребу як предмет особистого споживання, то вона може існувати як у матеріальній формі, так і в нематеріальній, тобто як послуга. Інформація такого роду виробляється, продається і споживається на інформаційному ринку, який у даному випадку – різновид ринків товарів і послуг. Якщо інформація споживається як засіб виробництва, то мова вже може йти про інформацію, яка стає ресурсом, фактором виробництва.

Якщо інформація виробляється в умовах товарного виробництва, то її споживча вартість – це здатність задовольнити потреби не самого її виробника, а й споживача.

До факторів, що впливають на споживчу вартість інформації можна віднести:

- цільове призначення інформації: інформація, що відповідає на запит або завдання споживача, матиме високу споживчу вартість. Інформація, яка не стосується його потреб, буде менш корисною;

- контекст використання: споживча вартість інформації залежить від умов, в яких вона застосовується. Наприклад, інформація про курси валют є надзвичайно цінною для трейдерів на валютному ринку, але менш важлива для людей, які не займаються фінансовими операціями;

- часовий фактор: деякі види інформації зберігають свою цінність лише впродовж певного періоду. Наприклад, новини, що швидко втрачають актуальність, мають високу споживчу вартість у момент публікації, але з часом їхня цінність знижується;

– рідкісність та унікальність: інформація, яка є унікальною або складною для отримання, зазвичай має вищу споживчу вартість, ніж загальнодоступна інформація. Наприклад, результати унікальних досліджень чи ексклюзивна інформація з ринку;

– витрати на отримання інформації: якщо отримання інформації пов'язане з високими витратами часу, коштів чи зусиль, то її споживча вартість може зростати, оскільки вона може бути менш доступною для інших.

Отже, споживча вартість інформації визначається її корисністю для користувача, а також здатністю вирішувати певні завдання або задовольняти потреби. Вона є фундаментальною характеристикою інформації в умовах інформаційного суспільства, де інформація виступає основним ресурсом для прийняття рішень. Висока споживча вартість інформації сприяє ефективнішому функціонуванню бізнесу, держави та всього суспільства загалом.

### **5.3 Закони розвитку інформаційного виробництва**

*Закони інформаційного виробництва* – це принципи та закономірності, які визначають особливості створення, обробки, зберігання та розповсюдження інформації в умовах сучасного інформаційного суспільства. Вони допомагають зрозуміти, як функціонує процес виробництва інформації, як змінюються її роль та значення в економіці, а також які фактори впливають на ефективність та якість інформаційного продукту.

Фундаментальним для інформаційного виробництва є положення, назване академіком Г. Артамоновим *законом проникнення*: ніяка діяльність людей у суспільстві й суспільства в цілому не вільна від інформаційного виробництва, з його вона починається, їм і закінчується. Для того, щоб почати будь-яку економічну діяльність, необхідно зібрати інформацію про можливий попит, умови ведення справи, отримати дозвільні документи, й таке інше. Інформація супроводжує як сам бізнес-процес, так і, в разі необхідності, його припинення.

Друге фундаментальне положення назване Г. Артамоновим *законом вирощування*: інформаційне виробництво мало придумати, його потрібно створити (виростити) придатним для інтенсивного використання в реальних умовах. Жодний з нових засобів, що пропонуються виробниками інформаційних продуктів, не може претендувати на суспільну значущість, якщо він використовується в певному інформаційному виробництві і не вдосконалюється під впливом вимог цього виробництва.

Елементи інформаційного й матеріального виробництва ті самі – предмети праці, знаряддя праці й продукти праці. Однак в інформаційному виробництві вони мають свою специфіку.

Предметом праці в інформаційному виробництві є інформація. Її основна особливість – нематеріальність. Матеріальні тільки носії інформації. Отже, інформація, як сировина, не зникає в результаті використання і є можливість багаторазового використання однієї й тієї ж інформації в процесі виробництва (наприклад, бази даних, бази знань і т. д.).

Можна, таким чином, дати наступне визначення. Предмети праці інформаційного виробництва багаторазово беруть участь у процесі виробництва й частинами переносять свою первинну вартість на випущений товар, послугу. Цим вони схожі на знаряддя праці.

Інформаційний предмет праці може мати чітку спрямованість і бути як би давальницькою сировиною, тобто сировиною, що дає для переробки замовник. Це відбувається в тому випадку, якщо, наприклад, замовляється розробка інформаційної системи для своєї фірми, організації тощо.

Крім того, в інформаційній сфері може, як предмет праці, використовуватися інформація, що не має чіткого спрямування. Ця інформація може бути результатом аналітичної діяльності, або бути придбаною в третіх осіб і бути власністю інформаційної фірми. Вона використовується в процесі виробництва й видається користувачам за їх запитом. У процесі суспільного інформаційного виробництва відбувається складне перетворення інформації у новий інформаційний продукт.

Продукти одного інформаційного виробництва можуть використовуватися як предмети праці в іншому, чим забезпечується самодостатність інформаційного виробництва й слабка залежність від продуктів матеріального виробництва. Розглянута особливість інформаційного виробництва може бути названа *законом самодостатності інформаційного виробництва*: інформаційне виробництво може розвиватися за рахунок використання як предметів праці власних продуктів, а в матеріальному виробництві інформація ніколи не може використовуватися як предмет праці.

Якщо предмет праці визначає вид діяльності, то засоби (знаряддя) праці визначають рівень і ступінь розвитку цієї діяльності. В інформаційному суспільстві між людиною й виробничими процесами встають сучасні інформаційні технології, що базуються на можливостях ЕОМ. Основною особливістю засобів праці є те, що в інформаційному виробництві



використовуються як *матеріальні (hardware)*, так і *нематеріальні (software)* засоби праці.

*Матеріальні засоби праці* інформаційного виробництва – ЕОМ і інші технічні засоби збору, нагромадження, обробки, зберігання й поширення інформації характеризуються ще й наступним: їх можна дистанційно використовувати у виробничому процесі; за їх допомогою автоматизується переважно розумова, а не фізична праця; вони здатні не тільки здійснювати виробничий процес, але й управляти їм.

До *нематеріальних засобів праці*, крім програмних, належить і частина інформації. Це характерно не тільки для інформаційного, але й для будь-якого матеріального виробництва, оскільки жодне з них не обходиться без технологічних інструкцій, що забезпечують управління виробництвом. Частина нематеріальних засобів праці (програмних і інформаційних) може створюватися на самих інформаційних підприємствах. У цьому випадку вони є продуктами праці, які можуть бути реалізовані на сторону, або використовуватися на самому підприємстві.

Особливістю програмних засобів праці є те, що вони можуть застарівати тільки морально, а не фізично. Ця ж особливість характерна й для використання інформації як засобу праці.

Отже, продукти інформаційного виробництва підпорядковуються *закону збереження*, відповідно до якого: інформація не зникає при її споживанні або використанні як предмета праці й не амортизується при її використанні як засоби праці.

Сучасні засоби передачі інформації дозволяють передавати її практично миттєво на будь-які відстані. Це дає можливість організувати складні інформаційні виробництва, розподілені в часі й просторі. Стає можливим повна відмова від закріплення людей, що беруть участь в інформаційному виробництві, за певним робочим місцем.

Розглянуті закони й особливості інформаційного виробництва з економічної точки зору є найбільш суттєвими, оскільки породжують цілий ряд проблем і переваг, які варто вирішувати й ураховувати в практичній діяльності інформаційних структур.

До законів інформаційного виробництва також відносять:

– закон безперервного зростання обсягів інформації. В умовах інформаційного суспільства обсяги інформації постійно збільшуються через розвиток нових технологій, засобів комунікації, зростання кількості користувачів Інтернету та активного обміну даними. Цей закон вказує на

необхідність розвитку інструментів для обробки великих даних, а також створення нових методів зберігання інформації;

– закон зростання ролі інформації в економіці. Інформація стає одним з ключових ресурсів сучасного суспільства, прирівнюючись за значенням до матеріальних та трудових ресурсів. У сучасній економіці вартість інформаційних продуктів та послуг постійно зростає, а компанії, які ефективно використовують інформацію, отримують конкурентні переваги;

– закон зростання інтелектуальної праці. Виробництво інформаційних продуктів потребує інтелектуальних зусиль, знань і кваліфікації працівників. Це призводить до зростання ролі інтелектуальної праці та підвищення вимог до кваліфікації кадрів. Розвиваються спеціальності, пов'язані з обробкою, аналізом, управлінням інформацією, а також технологічні знання, що сприяє розвитку інформаційної економіки;

– закон швидкого старіння інформації. У світі інформаційного перенасичення певна частина інформації швидко втрачає свою актуальність. Це особливо стосується новин, технологічних відкриттів, ринкових даних, аналітики тощо. Цей закон вказує на необхідність оперативного аналізу та обробки інформації, щоб встигнути використати її до моменту, коли вона стане застарілою;

– закон зниження витрат на зберігання та передачу інформації. Завдяки розвитку інформаційних технологій значно зменшуються витрати на зберігання великих обсягів даних та їх передачу. Дешеві хмарні технології, швидкісні канали передачі даних, автоматизація процесів дозволяють знижувати витрати, збільшуючи доступність інформації для споживачів;

– закон комунікативної доступності інформації. Інформація стає доступною для широкого кола користувачів завдяки розвитку Інтернету, соціальних мереж, цифрових платформ та мобільних додатків. Цей закон показує важливість забезпечення відкритого доступу до даних та розвитку комунікативних платформ для ефективної передачі інформації;

– закон інформаційної цінності та її споживчої вартості. Інформація набуває цінності лише тоді, коли вона є релевантною, достовірною та корисною для конкретного користувача або організації. Цей закон акцентує увагу на необхідності аналізу запитів споживачів і створення цінної інформаційної продукції, яка буде затребувана на ринку;

– закон захисту та конфіденційності інформації. У сучасному світі важливою умовою інформаційного виробництва є забезпечення захисту персональних даних, конфіденційності інформації та забезпечення безпеки

даних. Цей закон підкреслює важливість створення надійних систем безпеки для захисту інформації від несанкціонованого доступу, кібератак та інших загроз.

Отже, закони інформаційного виробництва демонструють важливі аспекти сучасного інформаційного середовища та вплив інформаційних технологій на економіку і суспільство. Розуміння цих законів дозволяє компаніям та державним установам більш ефективно організовувати інформаційну діяльність, розвивати аналітичні та технологічні навички, створювати конкурентоспроможні інформаційні продукти та послуги, а також підвищувати якість управлінських рішень та рівень інформованості громадян.

### **Контрольні запитання:**

1. Що таке інформаційне виробництво?
2. Що включає інформаційна інфраструктура? Назвіть компоненти інформаційної інфраструктури.
3. Що таке інформаційний бізнес? Які його сутнісні ознаки?
4. Назвіть специфічні напрями інформаційного бізнесу.
5. Схарактеризуйте специфічні особливості інформаційного бізнесу.
6. Чому інформація вважається товаром? У чому виявляється споживча вартість інформації?
7. Схарактеризуйте закони інформаційного виробництва.

## Тема 6. ІНФОРМАЦІЙНО-АНАЛІТИЧНА ДІЯЛЬНІСТЬ ОРГАНІВ ПУБЛІЧНОЇ ВЛАДИ

### 6.1 Інформаційно-аналітична діяльність як функція і інструмент влади

Здавна ІАД виявлялася важливим компонентом управління, функцією і інструментом влади. В організаційно-діяльнісному плані аналітика протягом багатьох віків латентно розвивалася у владних структурах, лише у наш час у результаті процесів інституалізації сформувалися аналітичні служби, відділи, посади, до кола завдань яких входили збирання, аналіз інформації і вироблення варіантів управлінських рішень (сценаріїв). Уже сьогодні можна констатувати зростання ролі в суспільстві й державі *державно-управлінської аналітики*.

ІАД в сучасному державному управлінні виконує такі важливі *функції*:

1. Управлінська – забезпечує інформацією всі етапи управлінської діяльності: підготовку, прийняття управлінських рішень, контроль за їх виконанням.

2. Діагностична – спрямована на отримання об'єктивної картини ситуації, що склалася, її діагностики.

3. Попереджувальна – виявляє проблеми, небезпеки, конфлікти, дозволяє їх уникнути.

4. Пізнавально-ментальна – сприяє зміні розуміння сутності явищ, зміні ментальності управлінців.

Дослідники Л. Князева і Є. Тавокін вважають, що інформаційно-аналітичні структури повинні забезпечувати можливість: а) одержання регулярної аналітичної й оглядової інформації з найважливіших аспектів зовнішнього управлінського середовища; б) підготовки аналітичних і прогнозних матеріалів з актуальних проблем стану й розвитку управлінського об'єкта; в) розробки ситуаційних моделей вирішення перспективних проблем; г) оперативного одержання оптимального обсягу інформації в непередбачених і надзвичайних ситуаціях.

Серед невирішених частин загальної проблеми залишається ще багато питань, головне з яких полягає в тому, що не розроблена концепція державно-управлінської аналітики, не обґрунтована її структура, функції, напрями розвитку. Проблема загострюється через значну невпорядкованість в аналітичній термінології. Неоднозначно трактуються такі терміни, як «аналіз», «аналітика», «аналітична діяльність», «види аналізу», «аналіз політики», «політичний аналіз» та ін. Це стримує впровадження аналітики в практику державного управління, а отже, знижує його ефективність, призводить до

прийняття необґрунтованих рішень, за які державі доводиться розраховуватися значними матеріальними й моральними втратами.

За останні роки в органах державного управління спостерігається значне зростання обсягу використовуваної інформації і потоку управлінських документів, розширення всього діловодства. При цьому кількість підготовлених документів і зібраної інформації інколи значно більша за необхідну для процесів управління. Водночас відчувається брак інформації, яка має забезпечувати аналіз нових тенденцій та розв'язування суперечностей, які виникають у державно-управлінських відносинах.

У сучасному світі інформація є стратегічним національним ресурсом, який відіграє дедалі більшу роль у системі державного управління. У суспільстві спостерігається перерозподіл реальної влади – від традиційних структур до центрів управління інформаційними потоками. За науковими висновками, рівень інформаційного забезпечення державних органів влади значною мірою впливає на розвиток економіки та політичне становище в країні.

Проведення серйозних соціальних і економічних перетворень неможливе без різкого підвищення якості управління, неодмінною умовою чого є, насамперед, створення інформаційної системи. При цьому важлива саме розробка стратегії розвитку інформаційного простору, насамперед окремого регіону, яка буде орієнтована на майбутні потреби суспільства. У цьому випадку потрібен аналіз сучасних тенденцій у розвитку держави та суспільства, узагальнення світової практики, що дасть можливість визначити «обличчя» управлінських структур XXI століття.

Актуальною є розробка такої стратегії модернізації інформаційних служб державного апарату, яка серйозно змінить ефективність прийняття управлінських рішень. Створення таких служб (відділів) – це не тільки технічна проблема формування відповідних комп'ютерних мереж і баз даних, це і підготовка фахівців, здатних грамотно та ефективно експлуатувати відповідні ресурси.

Розвиток державних управлінських структур у регіонах як інформаційно-аналітичної системи, насамперед, пов'язують із впровадженням адресних технологічних засобів управління, які мають форму інформаційних, комп'ютерних і комунікаційних технологій. Структура подібних систем ефективно реалізується в класі систем підтримки прийняття рішень. У якості їх підсистем використовуються експертні системи, проблемно-орієнтовані системи, реалізовані в інтегральних середовищах MS Excel, MS Access, ORACLE, JAVA, Delphi та ін.

Державні органи повинні постійно збирати різноманітну інформацію про життєдіяльність регіону, щоб оцінювати потреби та задовольняти їх і в даний момент, і в майбутньому. При цьому варто охоплювати як фактичні проблеми і потреби, так і потенційні. Збір інформації – складний процес, що спирається як на традиційні, так і на нетрадиційні методи. Інформаційно-аналітична служба місцевої держадміністрації повинна постачати інформацію усьому персоналу та всім підрозділам, що беруть участь у підготовці й прийнятті відповідних рішень. На основі зібраної і проаналізованої інформації адміністративні органи повинні вносити відповідні корективи в програми своєї діяльності.

Аналіз стану розробок, впровадження та експлуатації інформаційних систем для органів державного управління в Україні свідчить, що протягом останніх років виконано значну роботу із застосування інформаційних технологій. Практично в усіх органах державної влади забезпечується інформаційна підтримка поточної роботи з використанням персональних комп'ютерів із набором типових програмних продуктів. Більшість органів виконавчої влади застосовують локальні обчислювальні мережі.

Єдиний підхід до подолання становища, що склалося, полягає у створенні державної інформаційно-аналітичної системи (ІАС). Рішення щодо її формування було прийнято в найвищих державних органах й оформлено відповідними документами. Це, зокрема, Закон України «Про Національну програму інформатизації», Указ Президента України «Про вдосконалення інформаційно-аналітичного забезпечення Президента України та органів державної влади», Постанови Кабінету Міністрів України «Про затвердження завдань Національної програми інформатизації» та інші акти.

Володіння достовірною і актуальною інформацією поряд з умінням ефективно використовувати адекватні методи її збирання, аналізу і надання є основою успішної діяльності державних органів будь-якого рівня.

Диференціація попиту на всі види інформації – наукову, технічну, економічну, урядову, задоволення зростаючих інформаційних потреб є актуальним завданням у сфері управління. Інтуїтивні дії у цій сфері, відсутність інформаційної політики органу управління можуть призвести до неадекватних рішень і відчутних соціально-економічних потрясінь.

Суб'єкт державного управління, виробляючи управлінські рішення, передає їх об'єкту управління, оформлюючи інформацію у вигляді організаційно-розпорядчих документів (положень, інструкцій, правил, наказів, постанов, рішень та ін.). Часто для одержання ефективного результату в процесі управління необхідна як усна, так і письмова взаємодія між суб'єктом і об'єктом,

однак для більшості процесів управління важлива наявність інформації, закріпленої на матеріальному носії.

Таким чином, результат управління залежить від того, наскільки продумано, систематично і професійно відбувається інформаційна взаємодія між суб'єктом і об'єктом управління.

Аналіз видів управлінської діяльності дозволяє визначити *завдання*, вирішувані в органі державного управління, і виконавців цих завдань. За ступенем інтелектуальності і складності завдання можна класифікувати:

*Перший клас* – найбільш прості завдання, які складаються з повністю формалізованих процедур і виконання яких, крім витрат часу, не становить ніякої складності для виконавців. Ці завдання стандартизуються і програмуються. До них відносяться контроль і облік, оформлення документів, їх тиражування, розсилку та ін. Такі завдання вирішуються практично всіма автоматизованими інформаційними системами.

Завдання цього класу, якщо вони використовуються для прийняття рішень, називаються завданнями прийняття рішень в умовах повної визначеності. При цьому випадкові і невизначені чинники відсутні.

*Другий клас* – більш складні завдання: прийняття рішень в умовах ризику, тобто в тому випадку, коли наявні випадкові чинники, для яких відомі закони їх впливу. Постановка і вирішення таких завдань можливі на основі методів теорії ймовірностей, аналітичного та імітаційного моделювання.

*Третій клас завдань* становлять слабо структуровані завдання, які містять невідомі або невимірювані компоненти (кількісно не оцінювані). Для цих завдань характерна відсутність методів розв'язання на основі безпосереднього опрацювання даних. Постановка завдань базується на прийнятті рішень в умовах неповної інформації. У ряді випадків на основі теорії нечітких множин і застосувань цієї теорії вдається побудувати формальні схеми рішення.

*Четвертий клас завдань* становлять завдання прийняття рішень в умовах протидії або конфлікту. У завданнях цього класу можуть бути наявні випадкові чинники, для яких невідомі закони їх впливу. Постановка і вирішення таких завдань можливі (але не завжди) методами теорії ймовірностей, нечітких множин і теорії ігор.

*П'ятий клас* – найбільш складні завдання прийняття рішень, які характеризуються відсутністю можливості формалізації через високий ступінь невизначеності. До таких завдань відноситься більшість проблем прогнозування, перспективного планування.

Одним з основних класів завдань, притаманний органу публічної влади – *документаційне забезпечення управління*. Незалежно від класу завдань, рішення будь-якого з них передбачає проведення великого обсягу типових робіт, які включають:

- опрацювання вхідної і вихідної інформації: читання і відповіді на листи (як електронні, так і звичайні), написання звітів, циркулярів та іншої документації, яка може містити також малюнки і діаграми;

- збирання і подальший аналіз деяких даних, наприклад звітності за певні періоди часу за різними підрозділами або організаціями, яка задовольняє різні критерії відбору;

- збереження інформації, яка надійшла, забезпечення швидкого доступу до неї і пошук необхідної у даний момент інформації.

*Інформаційну складову управлінської праці* становить збирання, зберігання, опрацювання і передача інформації. Через органи управління проходить велика за обсягом, різноманітністю і динамікою інформація. Одна її частина має безпосередньо управлінський характер, інша виражає взаємозв'язки державного апарату із суспільством, з його численними проявами і потребами, інтересами громадян. Інформацію, яка циркулює в органах державної влади, можна визначити як соціально-управлінську інформацію. Будь-який вид виробничо-економічної діяльності ґрунтується на відповідному *інформаційному забезпеченні*, в тому числі економічною, кон'юнктурною, науково-технічною, оглядово-аналітичною, фактографічною та іншою інформацією.

Визначення поняття «*інформаційне забезпечення*», наведені в різних наукових джерелах, висвітлюють мету інформаційного забезпечення, його об'єкт, засоби здійснення, процесуально-діяльнісну та інформаційно-ресурсну складові:

*Інформаційне забезпечення* – сукупність процесів з підготовки й надання спеціально підготовленої інформації для вирішення управлінських, наукових, технічних та інших завдань у відповідності з етапами їх розв'язування.

*Інформаційне забезпечення* – комплекс методів і засобів документаційного, фактографічного і концептографічного обслуговування, використовуваних для задоволення інформаційних потреб у конкретній науково-технічній ситуації або у вирішенні управлінських завдань.

*Інформаційне забезпечення управління* – це організація цілеспрямованих масивів інформації й інформаційних потоків, яка включає збирання, зберігання, опрацювання і передавання інформації (в тому числі і з використанням комп'ютерних інформаційних систем) з метою аналізу одержаних результатів



для підготовки, обґрунтування і прийняття управлінських рішень органами управління.

*Мета* інформаційного забезпечення органів публічної влади полягає в тому, щоб на базі зібраних початкових даних отримати оброблену, узагальнену інформацію, яка має стати основою для прийняття управлінських рішень. Досягнення цієї мети здійснюється шляхом збирання первинної інформації, її зберігання, розподілу між структурними підрозділами відповідних органів та їхніми працівниками, підготовки до переробки, власне переробки, надання її органу управління в переробленому вигляді, аналізу, забезпечення прямих і зворотних зв'язків у її циркуляції, організації документообігу тощо.

Найпоширенішими *джерелами* отримання державно-управлінської інформації є:

- офіційні видання органів державної влади;
- статистичні дані;
- засоби масової інформації;
- бібліотечні фонди;
- різноманітні інформаційно-довідкові електронні системи, зокрема нормативно-правові;
- спеціальні соціологічні опитування (на замовлення), професійні консультації та експертизи.

Для обґрунтованого формулювання певних висновків необхідно також забезпечити систематичне довгострокове відслідковування інформації з альтернативних джерел.

У загальному обсязі інформації, яка циркулює у складних суспільних системах, відрізняють *інформацію безпосереднього управління й інформацію розвитку системи*.

Під *інформацією безпосереднього управління* розуміють відомості, які циркулюють по каналах конкретної системи і використовуються для вирішення завдань, які стоять перед цією системою.

Під *інформацією розвитку системи* розуміють відомості, що містять результати науково-технічних досягнень, які можуть бути використані для докорінної перебудови системи. Умовність цього поділу підтверджується конвергенцією на практиці зазначених видів діяльності, що викликано спільною структурою діяльності – об'єктом (документно-інформаційним ресурсом), технологією та іншими структурними компонентами.

Виходячи з цього умовного поділу, діяльність спеціалістів у галузі документно-інформаційних ресурсів можна поділити на діяльність у галузі

документаційного забезпечення системи управління або документування управлінської діяльності і діяльність у галузі інформаційно-аналітичного забезпечення, які разом є складовими інформаційного забезпечення діяльності установи.

Очевидно, що організація інформаційної діяльності в органах влади та інформаційного забезпечення управління є самостійним видом діяльності, а інформаційні підрозділи, будучи функціонально включеними до відповідних організаційних структур, виконують специфічні функції управління інформаційною діяльністю, системного аналізу інформаційних потоків і застосування методів інформаційної логістики до руху цих потоків як усередині організації, так і стосовно зовнішнього середовища.

*Управлінську інформацію* можна умовно поділити на три категорії:

– інформація *стратегічного планування* дозволяє вищому керівництву приймати рішення із встановлення довготермінових цілей, накопичення ресурсів для досягнення цих цілей і формулювати політику їх досягнення (може містити перспективні оцінки середовища, економічні прогнози і демографічні тенденції);

– *контрольна* управлінська інформація використовується менеджерами середнього рівня для координації різних підконтрольних їм дій, приведення ресурсів у відповідність із завданнями і розробки оперативних планів;

– *оперативна* інформація допомагає виконувати звичайні повсякденні операції, розрахунок заробітної платні і фінансові розрахунки та ін.

Недосконалість і невизначеність політичного і економічного устрою перехідного періоду розвитку країни позначається в першу чергу на соціально-економічній і суспільно-політичній сферах діяльності регіонів. Процеси підготовки і ухвалення ефективних рішень в основних сферах діяльності органів державної влади і управління стають життєво важливими. При цьому якість управлінських рішень в рамках системи державного і регіонального управління істотно залежить від глибини розуміння ситуації і можливих альтернативних підходів до рішення численних проблем, серед яких виділяють такі:

– внутрішньополітичну обстановку в Україні і на території регіону;

– економічний розвиток регіону (формування бюджету, стратегія розвитку, розвиток зовнішньоекономічних зв'язків і залучення інвестицій, науково-технічний прогрес, екологія і т. д.);

– соціальні проблеми і добробут населення регіону (динаміка рівня життя різних верств населення, трудова зайнятість і заробітна платня, пенсійне забезпечення, медичне обслуговування і т. д.);

– розвиток науки і культури (у тому числі розвиток освіти, різних сфер культурного життя суспільства, друку, телебачення, мистецтва і т. д.);

– стан громадської думки по різних аспектах суспільно-політичного життя регіону;

– поточна взаємодія законодавчої, виконавчої і судової влади; робота із структурами влади і управління, адміністраціями всіх рівнів, регіонами, господарюючими суб'єктами; робота з політичними партіями, рухами і суспільними організаціями.

Дослідження, аналіз і прогноз функціонування і розвитку таких складних і слабоформалізованих систем, якими є взаємопов'язані комплекси соціальної, економічної і суспільно-політичної сфер життєдіяльності регіонів не може проводитися на основі інтуїтивних уявлень органів управління про кінцевий результат.

Все це приводить до зростання розуміння регіональними органами влади і управління значущості інформаційної і аналітичної діяльності. Практично у всіх органах влади створюються відповідні *аналітичні підрозділи*, удосконалюється їх організаційне і методичне забезпечення, поліпшується матеріально-технічна база. Досвід роботи інформаційно-аналітичних структур на всіх рівнях позначив цілий комплекс проблем, без рішення яких подальший розвиток буде ускладненим.

Для підвищення ефективності роботи аналітичних і інформаційно-технологічних служб необхідні злагоджені рішення як на міжрегіональному, так і на державному рівні. Залишається актуальною необхідність координації подальшого розвитку і використання регіональних і державних інформаційно-комунікаційних систем, що становлять сьогодні елементи єдиного інформаційно-аналітичного простору органів державного управління. Всі ці проблеми можна вирішити тільки спільними зусиллями державних і регіональних органів влади.

У системі управління існує значна кількість проблем, що характеризуються інформаційною відкритістю і невизначеністю міжпроблемної галузі, унікальністю кожної ситуації, високими вимогами до оперативності прийняття рішень за умови фрагментарності та суперечливості інформації і потребують *інформаційно-аналітичного забезпечення (ІАЗ)*.

*ІАЗ органів публічної влади* – це система організаційних, інформаційних та аналітичних заходів, спрямованих на підтримку ефективного управління, прийняття обґрунтованих рішень і реалізацію стратегічних цілей органами державної та місцевої влади. У сучасних умовах розвитку інформаційного

суспільства ІАЗ стає необхідною складовою управлінських процесів, оскільки дає змогу використовувати актуальну інформацію для оцінки ситуацій та планування дій.

Основною метою ІАЗ органів публічної влади є підвищення якості управлінських рішень за рахунок використання комплексного аналізу даних і надання оперативної та достовірної інформації. До ключових завдань належать:

- моніторинг інформаційного середовища: збір та обробка даних про соціально-економічну, політичну ситуацію та інші важливі аспекти діяльності державних структур;

- аналіз інформації: виявлення тенденцій, закономірностей, ризиків і можливостей, що можуть впливати на досягнення цілей органів влади;

- підготовка аналітичних матеріалів: формування звітів, рекомендацій, прогнозів та інфографіки для підтримки управлінських рішень;

- інформаційне забезпечення: надання керівникам та іншим підрозділам актуальної інформації для прийняття рішень;

- розробка та підтримка інформаційних систем: створення баз даних, інформаційних ресурсів та систем управління, що дозволяють зберігати й обробляти великі обсяги даних.

Основні функції ІАЗ органів публічної влади:

- збір та обробка даних: моніторинг внутрішніх та зовнішніх джерел інформації, включаючи офіційні статистичні дані, законодавчі зміни, суспільну думку, економічні та соціальні показники;

- використання сучасних технологій та методів збору даних, таких як вебскрапінг (процес автоматичного збору інформації з вебсайтів за допомогою спеціальних програм або скриптів; у результаті вебскрапінгу можна зібрати великі обсяги структурованих даних з інтернет-сторінок для подальшого аналізу, використання або зберігання), соціальні мережі, офіційні реєстри;

- систематизація та зберігання інформації: створення і підтримка електронних баз даних, що дозволяють організувати й швидко знаходити потрібну інформацію;

- забезпечення безпеки збережених даних та захист від несанкціонованого доступу;

- аналіз та прогнозування: застосування аналітичних методів, таких як SWOT-аналіз (аналітичний метод, який використовується для оцінювання сильних і слабких сторін, а також можливостей і загроз, пов'язаних із конкуренцією, що впливають на людину або бізнес); PEST-аналіз (метод, що

охоплює вивчення впливу макросередовища на компанію, а саме політичних (P), економічних (E), соціально-культурних (S) і технологічних (T) чинників. Він необхідний для оцінювання поточного стану та прогнозу змін); сценарний аналіз (метод прогнозування, який полягає в поділі всієї сукупності можливих подій на декілька груп та у визначенні логічної послідовності наслідків для кожної групи подій);

- використання статистичних методів і методів прогнозування для визначення можливих сценаріїв розвитку подій;

- підготовка управлінської інформації: формування інформаційних та аналітичних документів, що містять основні висновки та рекомендації для керівництва;

- підготовка презентацій, аналітичних записок, інфографіки для кращого сприйняття інформації;

- інформаційна підтримка прийняття рішень: оперативне надання інформації та аналітичних матеріалів керівникам органів влади для забезпечення швидкого реагування на змінювані умови;

- сприяння підвищенню обґрунтованості рішень за рахунок використання комплексних даних і сучасних методів обробки інформації.

Для забезпечення ефективності інформаційно-аналітичної діяльності органи публічної влади використовують різні інструменти та методи:

- програмне забезпечення для збору та обробки даних (MS Excel, Power BI, QlikView, Tableau);

- бази даних – як власні, так і надані іншими державними органами та установами (державні реєстри, статистичні бази);

- системи управління інформацією – платформи для управління внутрішніми процесами та документообігу (наприклад, електронні системи документообігу).

- аналітичні методи – названі вище PEST-аналіз, SWOT-аналіз, GAP-аналіз, методи моделювання та прогнозування.

Значення ІАЗ для органів публічної влади:

- покращення управлінських рішень: ІАЗ дозволяє приймати обґрунтовані рішення на основі достовірних даних і глибокого аналізу;

- оптимізація процесів: використання даних дозволяє спрощувати та оптимізувати внутрішні процеси, забезпечувати ефективніше використання ресурсів;

– зниження ризиків: завдяки оперативному моніторингу ситуації в різних сферах діяльності органи влади можуть швидше реагувати на зміни та мінімізувати ризики;

– прозорість та підзвітність: наявність ефективної системи ІАЗ підвищує прозорість роботи органів влади та сприяє довірі з боку громадян.

Отже, ІАЗ органів публічної влади є важливим елементом сучасного державного управління. Воно дозволяє приймати обґрунтовані рішення, покращує ефективність діяльності державних установ, сприяє гнучкості та адаптивності органів влади у змінних умовах. У зв'язку зі зростанням обсягів інформації та швидкістю її поширення, роль інформаційно-аналітичного забезпечення зростає, і це стає невід'ємною частиною управлінських процесів в умовах інформаційного суспільства.

Зростає інтерес управлінських структур до методів і засобів аналітичної роботи, посилюється роль різних видів експертизи (правової, фінансової, макроекономічної, міжнародної, науково-технічної та ін.).

Надання особі, що приймає рішення, аналітичного продукту, який є не просто впорядкованим набором окремих фрагментів проблемної галузі, а цілісною картиною, що відображає об'єкт управління у зручному для сприйняття ракурсі, містить пропозиції варіантів альтернативної поведінки і можливих наслідків, дає можливість сприймати об'єкт у його динаміці.

У загальному плані інформаційно-аналітична діяльність визначається як сукупність процесів збору, аналізу, синтезу, перетворення, зберігання, пошуку і розповсюдження інформації, систематично здійснюваних різними організаціями. Своєрідним продуктом діяльності ІАД є *консолідована інформація*.

*Консолідована інформація* є суспільним знанням, яке спеціально відібране, проаналізоване, просинтезоване, оцінене, реструктуризоване і видозмінене з метою придатності для безпосереднього вирішення проблем і задоволення інформаційних потреб окремих осіб або груп користувачів інформації, які по-іншому не мали б прямого доступу до цих знань і не могли б їх ефективно використовувати, тому, що вони розсіяні по багатьох документах і важко доступні у своїй оригінальній формі. Під *реструктуризацією* інформації розуміються процеси її представлення і аналізу, що змінюють первинну структуру і форму та включають синтез інформації, підготовку оглядів, характеристику сучасного стану, спрощений або популярний виклад фізичної форми інформації (друкована, графічна, аудіовізуальна, машинозчитувана).

Уявлення про консолідовану інформацію, її місце та роль в ІАД і значення в інформаційному забезпеченні органів державної влади та інших споживачів дає рис. 6.1, на якому показано збільшення цінності інформації для прийняття рішення і зменшення її об'єму в залежності від збільшення її консолідації. Основним методом підготовки консолідованої інформації є функціонально-інформаційний синтез предметної області.

Для здобуття консолідованої інформації потрібно затратити значні зусилля по всьому інформаційному циклу – від збору, зберігання, обробки, поширення до використання інформації. Близько 80% процесів консолідації інформації пов'язано з її аналітико-синтетичною обробкою. Треба зазначити, що це дуже важливий етап і без його проведення всі витрати часу, людські і матеріальні затрати будуть марними. Відповідно до того, як якість і собівартість продукції близько 80% визначаються на етапі дослідження і розробок, так і результативність інформаційної діяльності близько 80% визначається на етапі консолідації інформації.

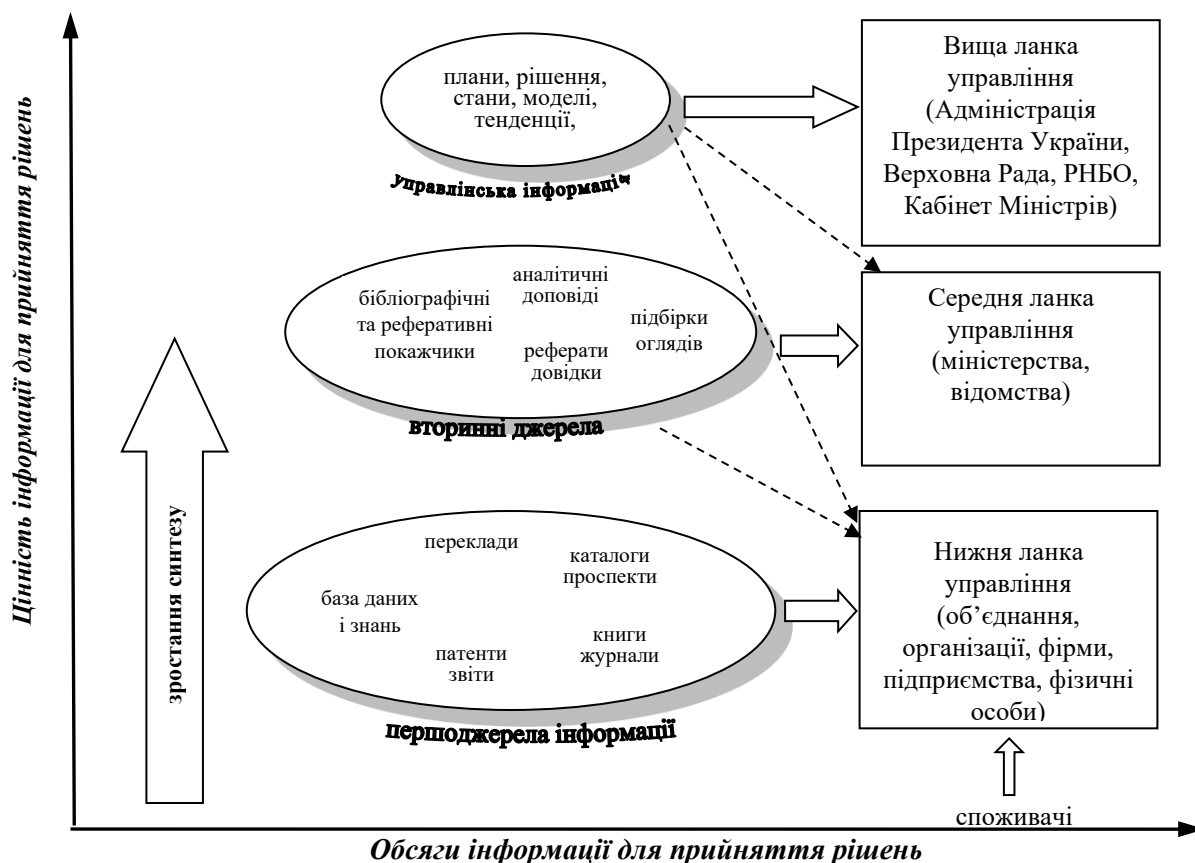


Рисунок 6.1 – Місце консолідованої інформації в інформаційно-аналітичній діяльності та інформаційному забезпеченні органів державної влади

## 6.2 Технології інформаційно-аналітичної діяльності у сфері управління

В Україні вже створюються відповідні інформаційно-аналітичні структури, які розробляють власні технології обробки інформації, але вони діють поки що осібно, роздрібно, без координації та взаємодії.

*Інформаційно-аналітичні технології у сфері управління* – це сукупність методів збору та обробки інформації про дослідні процеси, специфічні процеси діагностики, аналізу і синтезу, а також оцінки наслідків прийняття різноманітних варіантів рішень.

Існують різні варіанти класифікації інформаційно-аналітичних технологій, але найбільш доцільною, на думку вчених та фахівців, є типологізація за чотирма базовими ознаками, наведена у таблиці 6.1.

Таблиця 6.1 – Типологізація інформаційно-аналітичних технологій

<i>Ознаки для типологізації</i>	<i>Типи технологій за відповідними ознаками</i>	<i>Назва типу технології</i>
1. За методом збору інформації	Масові опитування (анкетування респондентів)	Респондентна
	Спеціалізовані опитування (інтерв'ювання експертів)	Експертна
	Опитування свідків чи тестування учасників Контент-аналіз матеріалів ЗМІ чи офіційних документів	Тестова Фактографічна
	Сукупність усіх способів збору інформації	Багатоджерельна
2. За способом обробки інформації	Ручна (традиційна) обробка інформації	Ручна
	Автоматизована обробка інформації	Автоматизована
	Автоматизована обробка інформації (без участі людини)	Автоматична
3. За ступенем пристосування до вирішення різноманітних завдань	Застосовується при вирішенні різних завдань Широкого профілю	Універсальна Гнучка
	Спеціалізована, яка реалізує конкретне завдання	Спеціалізована
4. За ступенем довершеності технології	Яка реалізує один технологічний цикл	Єдина
	Яка що пов'язує між собою незалежні технологічні ділянки	Неєдина

Розрізняють *моніторингові, ініційовані і кумулятивні* аналітичні дослідження.



*Моніторингові* дослідження призначені для довготермінового аналітичного спостереження за розвитком певної ситуації з метою забезпечення можливості апріорного синтезу управлінських рішень, які мають профілактичний або застережний характер. Технологія особливо добре може бути розроблена для моніторингових досліджень, так як в них достатньо чітко регламентуються окремі етапи обробки інформації.

*Ініційовані* аналітичні дослідження проводяться за раніше незапланованими дорученнями керівництва або в результаті виявлення при проведенні моніторингових досліджень нових проблемних ситуацій. Ініційовані дослідження будемо розглядати як окремий вид досліджень, що акцентує увагу на початкових стадіях нових досліджень.

*Кумулятивні* дослідження характеризуються високими вимогами до оперативності їх проведення (включаючи початок і завершення), застосуванням спеціалізованих методів обробки експертної інформації.

Для всіх видів дослідження передбачається проведення багатостороннього аналізу ситуації, що вивчається з урахуванням історії її розвитку, результатів досліджень схожих ситуацій, а також використання широкого спектра адекватних теоретичних підходів і евристичних проблем. Зупинимося більш детально на кожному із перерахованих видів.

*Моніторингові аналітичні дослідження*, як правило регламентуються етапами обробки інформації, обраною тематикою і фіксованим набором джерел. Головне тут – суворе орієнтація на конкретну постановку задачі, групу аналітиків і експертів, які забезпечують цілеспрямовану змістовну обробку інформації.

*Моніторинг* – безперервне спостереження за станом оточуючого середовища і управління ним шляхом своєчасного інформування про можливості настання несприятливих, критичних або неприпустимих ситуацій.

Моніторингові дослідження передбачають одержання статистичних або змістовних показників, які характеризують об'єкт спостереження і які можна виміряти. Система спостережень будується на фіксації дискретних кількісних характеристик об'єкта спостереження, накопичуванні цих відомостей і на можливості шляхом інтелектуальної інтерпретації одержаних відомостей зробити висновки про якісний стан об'єкта. Моніторинг ґрунтується на спостереженні типових рис у поведінці об'єктів спостереження і на своєчасній фіксації на їх фоні різних відхилень від норми.

*Інформаційно-аналітичний моніторинг* – вид інформаційної діяльності, пов'язаний з процесами аналізу, синтезу інформації із застосуванням методів

моделювання, експертного оцінювання, діагностики і прогнозування, що реалізуються у режимах постійного збирання інформації з традиційних і нетрадиційних джерел з метою регулярного інформаційного забезпечення користувачів.

Беручи до уваги, що в аналітичних службах одночасно ведеться декілька моніторингових досліджень, а джерел інформації може бути достатньо багато, технологію організації її збору і аналітичної обробки можна представити *поетапно*.

На перших етапах в аналітичній службі здійснюють прийом, реєстрацію і первинну обробку інформації, що надійшла. Ці етапи, як правило, поєднуються з традиційним процесом прийому кореспонденції за допомогою засобів автоматизації діловодства. Вхідні документи реєструються, в базу даних вводяться їх основні характеристики, включаючи назву і анотацію. Важливо, щоб анотація була змістовно орієнтована на тематику досліджень, що проводяться аналітичною службою.

Далі необхідно забезпечити прив'язку повних текстів документів, що поступили в електронному вигляді, до реєстраційних даних і автоматично завантажити їх в інформаційно-пошукову систему, що дозволяє в подальшому оперативно знайти необхідні фрагменти текстів документів не лише за реєстраційними даними, але і за змістом. Для цього повинні використовуватися програмно-технічні засоби, що забезпечують високоякісний пошук інформації, представленої в текстовому, графічному або в табличному вигляді.

Якщо документи надходять на паперовому носії, то доцільно перетворити їх в електронний вигляд за допомогою сканера. В цьому випадку, розпізнавання текстів не обов'язкове – інформація може зберігатися і у факсимільному вигляді (за наявності пристроїв, що запам'ятовують), оскільки процедура розпізнавання достатньо трудомістка, а необхідність подальшого використання всього вхідного матеріалу в текстовому форматі не завжди очевидна. Зараз на світовому ринку заслуженою увагою користуються системи підтримки факсимільного діловодства, які припускають вживання достатньо нетрадиційних для українського ринку програмно-технічних засобів.

На наступному етапі аналітичних досліджень додатково виявляється тематична або проблемна (з прив'язкою до конкретної задачі) орієнтація інформації, що надійшла, проводиться її розподіл по відповідних рубриках. Як правило, цю роботу виконують вручну висококваліфіковані фахівці, які є досвідченими і навіть беруть участь в дослідженнях. Вона пов'язана із змістовним осмисленням інформації, що надійшла, і визначенням необхідності

її використання в тому або іншому дослідженні. Головне тут – забезпечити максимальну повноту підбірки інформації по кожній вирішуваній в аналітичній службі проблемі. Жорстка тематична фільтрація інформації недопустима. Кожний кінцевий користувач, аналітик повинен мати нагоду оперативно одержувати відкриті інформаційні матеріали, навіть якщо на перших етапах вони були віднесені до суміжних для його інтересів тематичних і проблемних рубрик.

Пошук відповіді на питання про високоякісну автоматизацію розподілу (рубрикацію) вхідної текстової інформації по тематичних і проблемних рубриках продовжується вже не один десяток років, проте стосовно україномовних повнотекстових документів, на нашу думку, рішення ще не знайдено. Є теоретичні і практичні дослідження, присвячені забезпеченню високоякісного пошуку повнотекстових документів. У цілому ж аналітичні матеріали в процесі моніторингу готують експерти-аналітики. Проте і тут значне місце, особливо на заключному етапі, займають діалогові технологічні засоби редагування і візуального графічного представлення інформації. Ці технологічні компоненти використовуються в будь-якому аналітичному дослідженні і заслуговують окремого розгляду.

*Ініційовані дослідження* відрізняються від моніторингових істотно великим впливом чинників невизначеності цілей і суб'єктивності критеріїв оцінки рішень, що ухвалюються, необхідності підтримки інформаційно-аналітичною технологією процесу постановки задачі.

*Кумулятивні дослідження*, як говорилося вище, виділені в окремий вид, оскільки вони характеризуються високими вимогами до оперативності їх проведення (один день, тиждень – не більше), дефіцитом наявної інформації, необхідністю використання спеціалізованих методів обробки результатів її експертної оцінки. Специфіка цих досліджень полягає в тому, що вони проводяться на основі дорадчо-ситуативної автоматизованої обробки інформації групами керівників і/або експертів-аналітиків.

Таким чином, технології інформаційно-аналітичної діяльності або інформаційно-аналітичні технології розрізняються за різними ознаками на окремі типи та методи, серед яких розповсюдженими визнаються такі, як: моніторинг та інформаційно-аналітичний моніторинг. Засобами таких технологій здійснюються відповідні аналітичні дослідження, серед яких виділяють: моніторингові, ініційовані і кумулятивні.

### 6.3 Служби інформаційно-аналітичного забезпечення органів публічної влади

Інформаційна діяльність супроводжує людство з найдавніших часів. Вона тісно пов'язана зі всіма сферами людської діяльності, зокрема з діяльністю органів влади – як в аспекті задоволення інформаційних потреб органів влади для прийняття управлінських рішень та створення нормативно-правової бази, так і в аспекті задоволення інформаційних потреб громадян щодо діяльності органів влади. Ще у 1978 р. у своїй монографії професор А. Венгеров підкреслював, що в державному управлінні завжди здійснюються певні операції з інформацією (отримання інформації про значення (параметри) стану управлінського об'єкта, обробка отриманої інформації та ін.). Ці операції складають зміст, атрибут будь-якої управлінської діяльності. З розвитком інформаційного суспільства значення інформаційної діяльності та її обсяги будуть тільки збільшуватися.

Наразі серед українських науковців широко обговорюється потреба у необхідності переосмислення й кодифікації питань інформації та інформаційних відносин у законодавстві України. Окремим напрямом таких відносин є інформаційна діяльність органів влади України, зокрема законодавчої гілки влади. Відносини, пов'язані з інформаційною діяльністю, повинні бути законодавчо врегульовані, а поняття, що становлять суть інформаційної діяльності, такі як: «інформаційна діяльність», «інформаційна діяльність органів влади» та окремі види інформаційної діяльності повинні мати законодавчо закріпленні визначення.

Як вже зазначалося, вперше визначення інформаційної діяльності та перелік основних її видів у законодавстві України з'явилося у Законі України «Про інформацію» від 02.10.1992 р. В розумінні цього Закону інформаційна діяльність – це сукупність дій, спрямованих на *задоволення інформаційних потреб громадян, юридичних осіб і держави*. З метою задоволення цих потреб органи державної влади та органи місцевого і регіонального самоврядування створюють *інформаційні служби, системи, мережі, бази і банки даних*.

Слід підкреслити важливість створення інформаційних ресурсів саме у діяльності органів влади, особливо в законодавчій гілці влади, де бази даних нормативно-правових документів та законопроектів є одними з найважливіших інформаційних ресурсів, без яких неможливе виконання законодавчої діяльності та які потребують складного трудомісткого процесу по їх щоденній підтримці в актуальному стані. Враховуючи важливість інформаційних ресурсів, що створюються органами державної влади в порядку здійснення основної

діяльності цих органів, такі ресурси в обов'язковому порядку відносяться до *національних інформаційних ресурсів*.

Таким чином, *інформаційна діяльність* являє собою діяльність, спрямовану на задоволення інформаційних потреб громадян, юридичних осіб та держави, реалізується через інформаційні процеси, які охоплюють виробництво, поширення, пошук, одержання, споживання, зберігання інформації та утворюють інформаційні продукти і впорядковані інформаційні ресурси, а також через формування інформаційно-телекомунікаційної інфраструктури, засобів зв'язку та засобів інформаційної безпеки.

Щодо визначення *інформаційної діяльності органів влади, зокрема законодавчої гілки влади*, то на сьогодні таке визначення теж відсутнє в законах України.

Певну підміну понять ми можемо побачити в чинному Законі України «Про порядок висвітлення діяльності органів державної влади та органів місцевого самоврядування в Україні засобами масової інформації», в якому надається наступне визначення: *висвітлення діяльності органів державної влади та органів місцевого самоврядування в Україні* – одержання, збирання, створення, поширення, використання і зберігання інформації про діяльність органів державної влади та органів місцевого самоврядування, задоволення інформаційних потреб громадян, юридичних осіб про роботу цих органів. Якщо звернутися до Великого словника сучасної української мови, то можна побачити, що дієслово «*висвітлення*» має значення: робити відомим, пояснювати, розкривати що-небудь у деталях. Тобто, ці дії можна скоріше віднести до такого виду інформаційної діяльності, як «*поширення*».

В самому ж законі фактично дано визначення інформаційної діяльності органів влади та місцевого самоврядування і перераховуються притаманні інформаційній діяльності види: одержання, збирання, створення, поширення, використання і зберігання інформації. Окрім цього, «*задоволення інформаційних потреб громадян, юридичних осіб про роботу цих органів*» становить сутність іншого терміна, що входить до поняття інформаційної діяльності органів влади, – це *організація доступу до публічної інформації*.

Згідно із Законом України «Про доступ до публічної інформації» від 13.01.11 р. № 2939-VI, в якому надається визначення *публічної інформації* – це відображена та задокументована будь-якими засобами та на будь-яких носіях інформація, що була отримана або створена в процесі виконання суб'єктами владних повноважень своїх обов'язків, передбачених чинним законодавством,

або яка знаходиться у володінні суб'єктів владних повноважень, інших розпорядників публічної інформації, визначених цим Законом (ст. 1).

Тобто задоволення інформаційних потреб громадян, юридичних осіб та інших суб'єктів можна розділити на *інформаційну взаємодію з іншими органами влади та місцевого самоврядування та забезпечення права на доступ до публічної інформації*.

Відповідно, забезпечення права на доступ до публічної інформації регулюється Законом України «Про доступ до публічної інформації».

Правове регулювання інформаційної діяльності органів влади відображене у статтях 5 «Забезпечення доступу до інформації» та 14 «Обов'язки розпорядників інформації» (див. рис. 6.2).

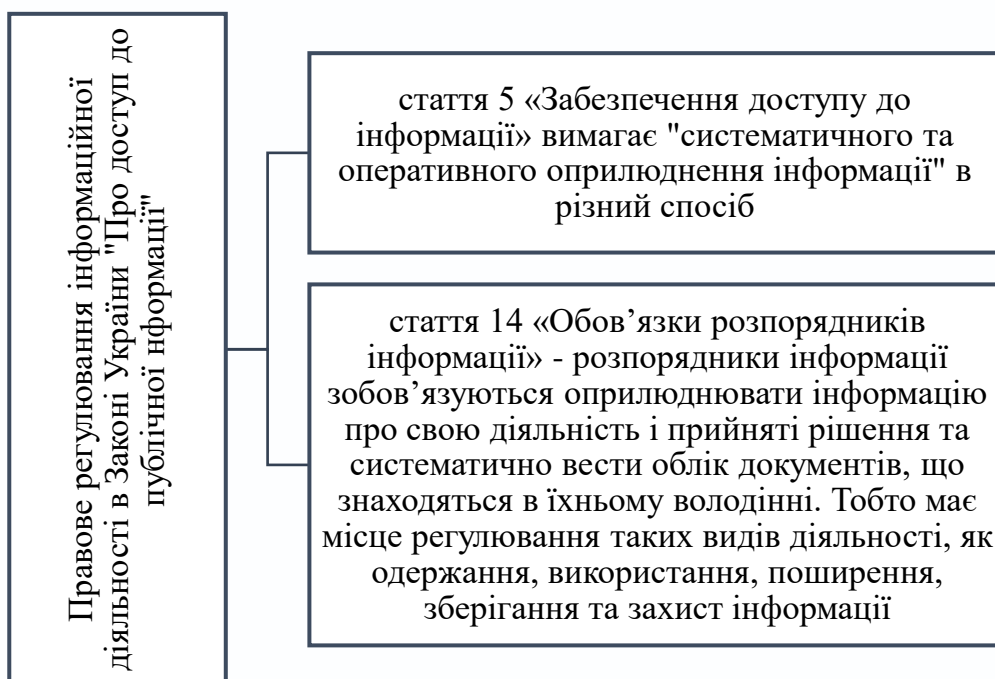


Рисунок 6.2 – Правове регулювання інформаційної діяльності органів влади

Не можна не погодитись з авторами, які вважають інформаційну діяльність органів влади *«професійною»*, тобто специфічною діяльністю спеціальних інформаційних служб та окремих державних службовців, яка потребує необхідного правового регламентування як окрема функція органу влади.

Відмітимо також, що Закон України «Про доступ до публічної інформації» вимагає мати *спеціальні структурні підрозділи* або призначати відповідальних осіб для забезпечення доступу запитувачів до інформації. Враховуючи сучасні тенденції до збільшення прозорості та відкритості діяльності органів влади на такі інформаційні структурні підрозділи буде покладатися все більше завдань, що буде збільшувати важливість їх діяльності та потребувати додаткового правового регулювання.

Отже, на сьогодні інформація про діяльність органів влади входить до поняття «*публічна інформація*».

Підсумовуючи вищевикладені особливості інформаційної діяльності органів влади, зазначимо, що вона являє собою специфічну професійну діяльність службовців державних органів влади, спрямовану на забезпечення власної функціональної діяльності, інформаційну взаємодію з іншими органами влади, об'єднаннями громадян, юридичними та фізичними особами та організацію доступу до публічної інформації.

Інформаційній діяльності законодавчої гілки влади притаманні всі особливості інформаційної діяльності органів влади взагалі, а також певні особливості, як *центру створення і збереження законів країни*. Відповідно, вона регулюється цілою низкою нормативно-правових актів.

В першу чергу слід відмітити важливість права громадян на ознайомлення з законами та іншими нормативно-правовими актами. Це право закріплено у Конституції України. Згідно зі статтею 57 *«закони та інші нормативно-правові акти, що визначають права і обов'язки громадян, мають бути доведені до відома населення у порядку, встановленому законом»*.

Порядок опублікування законів, постанов та інших актів Верховної Ради України регулюється ст. 139 Закону України «Про Регламент Верховної Ради України», також у статті 3 Регламенту встановлюється гласність засідань Верховної Ради України.

Доступ до інформації про діяльність органів влади розглядають у активному й пасивному аспектах.

*Пасивний аспект доступу* (з боку органу влади) передбачає відповідь органу на запит від особи/групи осіб, забезпечення їхньої участі в засіданні колегіальних органів, надання можливості ознайомитися з публічною інформацією в органі влади. *Активний аспект доступу* (з боку органу влади) – обов'язок органу влади оприлюднювати інформацію про свою діяльність, ухвалені документи та проекти, що готуються, реєстр публічної інформації тощо в один або кілька способів – публікувати в офіційних джерелах, у ЗМІ, розміщувати на офіційних вебсайтах, вивішувати на інформаційних стендах тощо.

Успішна інформаційна діяльність органів державної влади та місцевого самоврядування є нині необхідною умовою існування та розвитку незалежної держави. Саме від спроможності державного апарату на підставі отриманої інформації формувати сенси залежить майбутнє країни. Зусилля щодо інформування населення про діяльність держави значно сприяють становленню

громадянського суспільства, насамперед через формування відповідних громадських настроїв і уподобань.

Особливого значення проблема інформаційної діяльності держави набуває за перехідного періоду та становлення громадянського суспільства. За цих умов інформаційна діяльність важлива, насамперед як чинник формування нового типу відносин держава – суспільство, відмовлення від моделі безвідповідальної держави. Докладне інформування громадськості про діяльність державного апарату сприяє формуванню сприйняття суспільства як рівноправного партнера держави. Формування інформаційних потоків про діяльність держави сприяє функціонуванню інститутів громадянського суспільства, створює умови для їхнього успішного розвитку.

Для виконання інформаційно-аналітичної функції в органах державної влади та місцевого самоврядування створюються спеціальні інформаційні (інформаційно-аналітичні) служби, які функціонують у статусі структурних підрозділів цих органів.

Служби, які здійснюють інформаційно-аналітичну діяльність в органах публічної влади, забезпечують збір, обробку, систематизацію та передачу інформаційно-аналітичних документів за такими напрямками:

- реалізація Законів України, актів Президента України, Кабінету Міністрів України;

- діяльність органів державної влади та місцевого самоврядування;

- діяльність народних депутатів України;

- важливі події суспільно-політичного життя (діяльність осередків політичних партій та громадських об'єднань, проведення місцевих виборів);

- соціально-економічний розвиток (введення в дію нових промислових об'єктів, ситуація в агропромисловому комплексі, інвестиційна політика, пенсійне забезпечення тощо);

- громадсько-політичні акції (мітинги, демонстрації, пікетування, інші форми протесту тощо);

- публікації в місцевих ЗМІ (висвітлення у засобах масової інформації діяльності органів державної влади та місцевого самоврядування).

Великий попит на результати діяльності інформаційно-аналітичних служб (далі – ІАС) спричинив їх значний розвиток і виникнення відповідних служб у багатьох структурах. Нині такі підрозділи організуються в державних адміністраціях, міністерствах, інформаційних агентствах, органах місцевого самоврядування тощо.



ІАС забезпечують якісно новий рівень управлінської діяльності в державі, коли великого значення набувають питання вироблення стратегій розвитку, прогностичні розрахунки, моделювання організаційних структур, міжгалузевих перехресних відносин, механізмів фінансування, а також інформаційна політика і широка громадська участь в обговоренні важливих проблем. Вони забезпечують значне розширення кількості джерел та обсягів інформації, що є важливою під час прийняття рішень.

На ІАС покладаються наступні завдання:

- інформаційно-аналітичне забезпечення діяльності органів державної влади та місцевого самоврядування, їх президій, постійних комісій, виконавчого апарату, координаційних рад та ін.;
- забезпечення гласності в роботі органів державної влади та місцевого самоврядування (публікація, інформаційних оголошень, конкурсів, результатів рішень, засідань комісії тощо);
- оприлюднення на офіційних вебсайтах органів державної влади та місцевого самоврядування проектів рішень, розпоряджень, інших документів і матеріалів, передбачених Законом України «Про доступ до публічної інформації»;
- підготовка і поширення інформаційних матеріалів про діяльність органів державної влади та місцевого самоврядування на офіційних вебсайтах (звітність, доповіді, проекти, відповіді на запити та звернення тощо);
- взаємодія із ЗМІ; організація висвітлення діяльності органів державної влади та місцевого самоврядування, постійних комісій, депутатів, президій, координаційних рад в друкованих та електронних ЗМІ;
- акредитація кореспондентів ЗМІ, організація і проведення прес-конференцій, зустрічей, інтерв'ю, інших заходів;
- інформаційно-технічне забезпечення роботи пленарних засідань;
- забезпечення зв'язку і обміну інформацією в режимі електронного документообігу.

ІАС органів влади покликані моделювати соціологічні аспекти, здійснювати прогнозування політичних конфліктів, результатів голосування, здійснювати аналітичний моніторинг не тільки явних поточних проблем, а й виявляти проблемні ситуації, проводити ситуаційний аналіз та вирішувати інші завдання соціального, політичного, фінансового, екологічного моніторингу.

Відділи, які провадять ІАД, можуть мати різні назви, наприклад, це може бути відділ із звернень громадян, управління правового забезпечення, відділ інформаційно-аналітичного забезпечення, відділ організаційного забезпечення,

інформаційне управління, інформаційно-аналітичний підрозділ, прес-служба, прес-центр та ін.

Наприклад, відділ інформаційно-аналітичного забезпечення займається збором, обробкою, аналізом і наданням інформації для підтримки прийняття управлінських рішень у відповідному органі публічної влади. Основною метою цього відділу є забезпечення керівництва актуальною, достовірною та релевантною інформацією, що дозволяє ефективно планувати та реалізовувати стратегічні завдання.

У державних структурах такий відділ зазвичай підтримує управлінські рішення на основі даних, забезпечуючи керівників всебічною інформацією, необхідною для оцінки ситуації та визначення найефективніших рішень. Наприклад, у міністерствах, місцевих адміністраціях, правоохоронних органах відділи інформаційно-аналітичного забезпечення збирають дані про поточну ситуацію, проводять аналіз соціально-економічних процесів, здійснюють моніторинг інформаційне середовище та готують звіти для керівництва.

ІАС органів державної влади та органів місцевого самоврядування збирають, аналізують, обробляють та оперативно надають інформацію про діяльність цих органів у повному обсязі засобам масової інформації, крім випадків, передбачених Законом України «Про державну таємницю».

Для висвітлення діяльності органів державної влади та органів місцевого самоврядування їхні ІАС мають право використовувати такі форми підготовки та оприлюднення інформації:

– випуск і поширення бюлетенів (спеціальних бюлетенів), прес-релізів, оглядів, інформаційних збірників, експрес-інформації тощо;

Бюлетень (нормативний)	бюлетень, що містить матеріали нормативного, директивного чи інструктивного характеру, який видається, як правило, певним державним органом. Будучи офіційним виданням, цей тип бюлетенів містить закони, укази, постанови, накази, правила тощо. Наприклад, «Бюлетень законодавства і юридичної практики України»
Прес-реліз	офіційний документ певної прес-служби або ЗМІ; інформація, підготовлена і поширювана установою або будь-яким органом для можливого опублікування у пресі.
Огляд (оглядовий документ)	інформаційний документ одного чи кількох оглядів, які відображають підсумки аналізу та узагальнення відомостей з різних джерел. Основну складову документа становить огляд – концентрований виклад змісту сукупності документів з певної теми за певний проміжок часу. Наприклад, «Огляд цін українського та світового товарних ринків» - державне джерело інформації з ціноутворення.

Інформаційний збірник	періодичне видання, що містить ряд творів, пов'язаних між собою темою, структурою. Наприклад, «Інформаційний збірник для освітян» - єдине офіційне видання Міністерства освіти і науки України, в якому оприлюднюються офіційні документи і коментарі Міністерства освіти і науки.
Експрес-інформація	«Експрес» означає прискорений, швидкий, моментальний. Оперативне інформування про результати діяльності відповідного органу державної влади чи місцевого самоврядування, події, що відбулися, проведений захід чи подію. Наприклад, експрес-інформація про діяльність органів влади на місцях

– проведення прес-конференцій, брифінгів, організація інтерв'ю з керівниками органів державної влади та органів місцевого самоврядування для працівників вітчизняних і зарубіжних засобів масової інформації;

Прес-конференція	захід, що проводиться у випадках, коли є суспільно значуща новина, і організація або окрема відома особа, безпосередньо пов'язані з цією новиною, бажають дати свої коментарі з цього приводу, які були б цікаві і важливі для громадськості. Зустріч державних, політичних, громадських, наукових та інших діячів з представниками засобів масової інформації для висвітлення питань, які цікавлять широку громадськість
Брифінг	короткий публічний виступ, на якому учасники певних подій або заходів надають інформацію про поточний перебіг справ, позиції сторін, повідомляють раніше невідомі деталі та відповідають на питання журналістів.
Інтерв'ю	бесіда, вибудована за певним планом через безпосередній контакт інтерв'юера з респондентом з обов'язковою фіксацією відповідей. В журналістиці є самостійним жанром, що представляє суспільно вагому новину у вигляді відповідей особи на запитання журналіста.

– підготовка і проведення теле- і радіопередач;

– забезпечення публікацій (виступів) у засобах масової інформації керівників або інших відповідальних працівників органів державної влади та органів місцевого самоврядування;

– створення архівів інформації про діяльність органів державної влади та органів місцевого самоврядування;

– інші форми поширення офіційної інформації, що не суперечать законодавству України.

Офіційна інформація органів державної влади та органів місцевого самоврядування (*офіційна інформація*) – це офіційна документована інформація,

створена в процесі діяльності органів державної влади та органів місцевого самоврядування, яка доводиться до відома населення в порядку, встановленому законодавством.

Отже, визначимо такі *основні форми доступу до інформації органів публічної влади*:

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

2. Офіційні повідомлення власних інформаційних служб органів влади, 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. Повідомлення 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 «Інтернет».

### **Контрольні запитання:**

1. Назвіть функції ІАД в державному управлінні.

2. Як можна класифікувати завдання за ступенем інтелектуальності і складності, які вирішуються в органі державного управління?

3. Що таке «інформаційне забезпечення», «інформаційне забезпечення управління»?

4. Що передбачає мета інформаційного забезпечення органів публічної влади?

5. Назвіть джерела отримання державно-управлінської інформації.

6. На які категорії можна поділити управлінську інформацію?

7. Які завдання мають вирішувати інформаційно-аналітичні служби органів влади?

8. Що таке «консолідована інформація»?

9. Що розуміють під інформаційно-аналітичним забезпеченням (ІАЗ) органів влади?

10. Що відноситься до завдань ІАЗ органів влади?

11. Що розуміють під інформаційно-аналітичними технологіями у сфері управління? Чи є синонімічними поняття «інформаційно-аналітичні технології» та «інформаційні технології»?

12. Як класифікуються інформаційно-аналітичні технології (ІАТ) за методом збору інформації?

13. Що таке «моніторинг»? З якою метою проводяться моніторингові аналітичні дослідження?

14. Яка відмінність між моніторингом та інформаційно-аналітичним моніторингом?

15. Які основні етапи виділяються при проведенні аналітичних досліджень?

16. Які інформаційно-аналітичні матеріали створюють органи державної влади та органи місцевого і регіонального самоврядування з метою задоволення інформаційних потреб громадян, юридичних осіб і держави?

17. Правове регулювання інформаційної діяльності органів влади.

18. Що таке активний і пасивний аспекти доступу до інформації про діяльність органів влади?

19. Які форми підготовки та оприлюднення інформації застосовуються для висвітлення діяльності органів державної влади та органів місцевого самоврядування використовуються їх інформаційними службами?

20. Схарактеризуйте основні форми доступу до інформації органів публічної влади.

21. Для чого створюються інформаційно-аналітичні служби (ІАС) в органах публічної влади?

22. Які завдання виконують ІАС?

## Тема 7. ІНФОРМАЦІЙНЕ ОБСЛУГОВУВАННЯ. ІНФОРМАЦІЙНІ ПРОДУКТИ І ПОСЛУГИ ЯК РЕЗУЛЬТАТ ІНФОРМАЦІЙНО-АНАЛІТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

### 7.1 Визначення послуги. Трактуювання термінів «інформаційне обслуговування», «інформаційна послуга», «інформаційна продукція»

Споживачем інформації можуть бути будь-яка людина або колектив, що потребує інформації, відібраної з масиву документних джерел і опрацьованої відповідно до інформаційної потреби. Іншими словами, споживач потребує *документної*, тобто зафіксованої на матеріальному носії, *документографічної* інформації, об'єктом якої є документ (документи); *фактографічної* інформації, що характеризує певний факт, подію чи їхню сукупність; *концептографічної* інформації, що характеризує певні ідеї, думки, концепції, погляди, уявлення; *бібліографічної* інформації, що містить відомості про документ (про його частину чи документний потік, масив, ресурс, фонд).

Таку інформацію створюють для інформування споживача про існування документа, його внутрішні (змістові) та зовнішні (формальні) ознаки і властивості, для орієнтування в документному потоці, масиві, ресурсі, фонді. Цю інформацію може бути подано в будь-якій формі (усній, рукописній, друкованій, електронній тощо) як каталоги і картотеки, бібліографічні посібники, огляди і дайджести, а також як частини інших документів і т. д. Отже, *йдеться про інформацію, яка є результатом наукової обробки первинних документів і має риси інформаційно-аналітичного дослідження.*

*Термінологічно поняття інформаційна продукція, інформаційний продукт та інформаційна послуга визначені недостатньо чітко і часто вживаються як синонімічні.* Особливу увагу в спеціальній літературі приділяють розгляду феномена інформаційної послуги і таких аспектів цього поняття як: визначення, класифікація, співвідношення термінів бібліотечна й інформаційна послуга.

Інформаційна продукція може бути представлена у *матеріальній, речовинній* формі і тоді для її позначення вживається термін *інформаційний продукт* або *інформаційний товар*. В якості інформаційних продуктів можуть виступати дайджести, аналітичні огляди, бібліографічні покажчики та ін.

У довідниках, енциклопедіях та інших джерелах «*послуга*» визначається як дія, що приносить користь іншому, або як робота, яка виконується для задоволення чийхось потреб, тобто – певна доцільна діяльність, яка існує у формі корисного ефекту праці – товару, продукту. Таким чином, підкреслюється, що

основою послуги повинно бути задоволення потреб через корисний ефект праці, а, як відомо, корисний ефект праці є умовою будь-якої виробничої діяльності.

*Ф. Котлер визначає послуги як діяльність, яку одна сторона може запропонувати іншій; невідчутна дія, яка не приводить до володіння будь-чим. Її надання може бути пов'язане з матеріальним продуктом.*

З поняттям «послуга» пов'язано поняття «обслуговування». «Обслуговувати» означає працювати для задоволення чієїсь потреб. Саме у ході інформаційного обслуговування посередництвом виконання послуг задовольняються потреби людей в інформації (інформаційні потреби).

Користувач, звертаючись в бібліотеку чи інформаційну службу за інформаційною послугою, повинен знати, для яких цілей йому потрібна інформація, і що він хотів би отримати: текст першоджерела, дані про документ, конкретні факти, аналітику, або інше. Таким чином, у якості *головного аспекту* визначення виду інформаційного обслуговування може виступати *характер відомостей, що надаються*, і які відповідають даній меті (див. рис. 7.1):



Рисунок 7.1 – Види інформаційного обслуговування відповідно до характеру відомостей, що надаються

*Інформаційне обслуговування* Національним стандартом України ДСТУ 5034: 2008 «Інформація і документація. Науково-інформаційна діяльність. Терміни та визначення понять» визначається як *забезпечення користувачів необхідною інформацією, які надають бібліотеки, інформаційні органи, інформаційні центри, інформаційні системи*. Надання інформаційних послуг користувачам – одна з найзагальніших ознак, характерних для усіх установ, зайнятих інформаційним обслуговуванням (як основною, так і допоміжною діяльністю).

В інформаційному обслуговуванні зазвичай беруть участь суб'єкти двох типів, як і в інших інститутах сфери обслуговування: суб'єкт-виконавець суспільно-корисної діяльності, і суб'єкт, який задовольняє свою потребу у ході цієї діяльності (учитель і учень, продавець і покупець, бібліотекар і читач тощо). Ці різнорольові суб'єкти, однак, пов'язані єдиною метою та єдиним результатом – послугою. По суті в обслуговуванні перетинаються діяльності названих двох типів суб'єктів, набуваючи рис спільної діяльності. Тому діяльність у сфері інформаційного обслуговування має діалоговий характер.

Спільним є й те, що об'єктом діяльності виступають інформаційні потреби, предметом праці є не природний чи створений руками людини матеріал, а *запит* (покупця, клієнта, читача, глядача, слухача тощо). У запиті у вербальній (усній чи письмовій) формі виражений ідеальний чи реальний предмет потреби користувача (книга, інформація, знання, спілкування та ін.).

Для реалізації інформаційного обслуговування потрібен цілий комплекс складових. Насамперед, це інформаційні ресурси, які виступають у якості «сировини» для виробництва інформаційних послуг, але така сировина, яка у ході обслуговування не переробляється, а змінюється шляхом перегрупування елементів і переміщення у просторі, забезпечуючи доступ інформації для користувачів.

Отже, інформаційне обслуговування трактується як галузь професійної інформаційної діяльності, спрямованої на задоволення різноманітних інформаційних потреб. За *способом задоволення інформаційних потреб* інформаційне обслуговування поділяється на три ключові види (див. рис. 7.2):

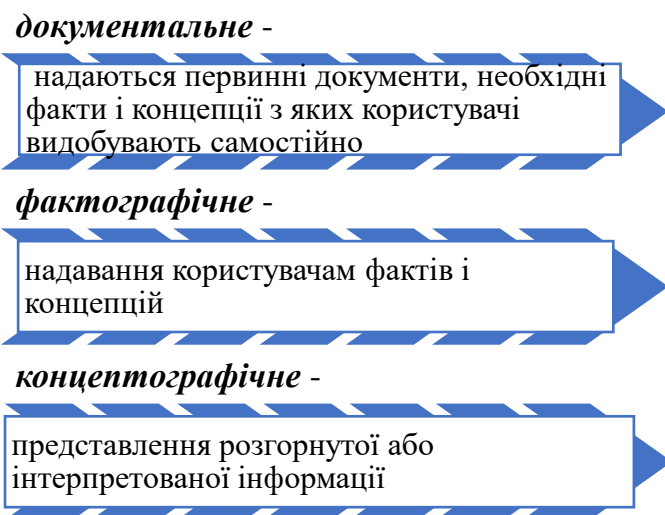


Рисунок 7.2 – Види інформаційного обслуговування за способом задоволення інформаційних потреб



У різних видах інформаційного обслуговування створюються свої ряди *вторинних документів*, усі вони мають власне функціональне призначення, при чому при створення цих рядів використовуються різні види згортання (див. табл. 7.1).

Таблиця 7.1 – Характеристика видів інформаційного обслуговування

Види інформаційного обслуговування	Документальне	Фактографічне	Концептографічне
Мета обслуговування	Задоволення інформаційних потреб шляхом надавання первинних документів (ПД), необхідні відомості з яких користувач видобуває самостійно	Задоволення інформаційних потреб шляхом безпосереднього надавання відомостей без звертання користувачів до ПД	Задоволення інформаційних потреб шляхом попереднього інтерпретування представлених в ПД відомостей
Основні види вторинних документів (ВД)	Бібліографічне описання, анотація, огляди	Фактографічні довідки, порівняльні таблиці параметрів виробів, реферати, конспекти, реферативні огляди	Рекомендовані анотації, критичні огляди, розгорнуті і критичні реферати, рецензії, аналітичні огляди
Призначення ВД	Ідентифікація творів друку і орієнтація їх у документальному потоці	Орієнтація у документальному потоці	Інтерпретована орієнтація у документальному і інформаційному потоках
Переважаючий вид згортання	Метаінформативне ( <i>метаінформація</i> – це дані, що описують або визначають інше джерело даних, документ чи елемент інформації)	Інформативне	І те й інше
Сутність аналітико-синтетичного перероблення	Вилучення з ПД або формулювання на основі їх узагальнення суб'єктних елементів тексту	Вилучення з ПД релевантних даних, на основі яких готуються ВД	Оцінка фактів і концепцій з погляду щодо їхньої достовірності, доцільності, ефективності і перспективності

Отже, усі види інформаційного обслуговування функціонують на основі своїх специфічних видів вторинних документів. По суті, кожний з різновидів обслуговування зводиться до створення свого ряду вторинних (інформаційно-аналітичних) документів і доведення до користувача різними засобами і в різних режимах інформаційного обслуговування. Узагальнені дані щодо термінів включені у таблицю 7.2.

Таблиця 7.2 – Терміни, пов’язані з інформаційним обслуговуванням

Термін	Визначення
Інформаційний продукт (продукція)	матеріалізований результат інформаційної діяльності, призначений для задоволення інформаційних потреб громадян, державних органів, підприємств, установ і організацій
Користувачі інформаційних послуг	громадяни, органи державної влади, органи місцевого самоврядування, організації різної форми власності, суспільні об’єднання, що мають рівні права на доступ до інформаційних ресурсів і не зобов’язані обґрунтовувати перед власниками цих ресурсів необхідність одержання інформації, яку вони запитують. Виняток становить інформація з обмеженим доступом
Інформаційна продукція	документи, інформаційні масиви, бази даних і інформаційні послуги, які є результатом функціонування інформаційних систем
Інформаційна продукція	матеріалізований результат інформаційної діяльності, призначений для задоволення інформаційних потреб громадян, державних органів, підприємств, установ і організацій
Інформаційний продукт (продукція)	документована інформація, яка підготовлена і призначена для задоволення потреб користувачів
Інформаційні послуги	дії суб’єктів інформаційних відносин, спрямовані на забезпечення користувачів інформаційними продуктами
Інформаційні продукти наукової обробки документів	Документально зафіксована інформація як результат і засіб аналітико-синтетичної діяльності

Визнаючи належність інформаційного обслуговування до сервісної діяльності, необхідно разом з тим показати загальне і специфічне, що відрізняє інформаційні послуги від інших видів послуг. Існує велика різноманітність трактувань терміну «інформаційні послуги»:

– інформаційні послуги – надання інформації певного виду споживачу за його запитом;

– інформаційні послуги – послуги, орієнтовані на задоволення інформаційних потреб користувачів шляхом надання інформаційних продуктів;

– інформаційні послуги у сфері науково-інформаційної діяльності – робота по виконанню певного технологічного процесу і доведення отриманого кінцевого результату до споживача з метою задоволення його потреб;

– інформаційна послуга – це здійснення у визначеній законом формі інформаційної діяльності по доведенню інформаційної продукції до споживачів з метою задоволення їх інформаційних потреб.

Бібліотечне, архівне, музейне та інші види інформаційного обслуговування, маючи таку властивість як надання послуг, різняться домінуючими у кожному з них формами послуг. Для бібліотеки – це надання документів у тимчасове користування, довідок; для книжкового магазину – продаж документів; для музею – експозиційні послуги, екскурсії. Для органів НТІ характерні аналітичні послуги, для радіо і телебачення – новинні передачі. Це не означає, що бібліотеки не організують експозиції не виконують аналітичні довідки, а музеї або органи НТІ не надають документи, довідки та інше. Мова іде про домінуючі форми послуг. На цій підставі бібліотечне, архівне, музейне та інші види обслуговування можна визначити як один з видів інформаційного обслуговування, який забезпечує користувачів необхідною інформацією шляхом надання бібліотечних, або архівних, музейних, або інформаційних і т. п. послуг.

Більшість послуг – це комбінація відчутних і невідчутних елементів. Послуга і товар не є антиподами, вони скоріше за все, являють собою два боки одного цілого. Тому у спробі знайти різницю між товаром і послугою було б доцільніше розглядати співвідношення «товар – послуга» з багатьма варіантами комбінацій, починаючи з переважання товару і закінчуючи переважанням послуги. В інформаційному обслуговуванні в якості таких прикладів можуть розглядатися виставки, конференції, презентації та інші заходи, які сполучають в собі як матеріальні, так і нематеріальні елементи.

Незалежно від того, втілені результати діяльності інформаційного працівника в матеріальну форму чи ні, сервісною діяльністю вона стає тоді, коли запитана користувачем інформація і її результати використані ним (є корисними для нього). Кінцевим результатом має бути передача користувачу інформаційної продукції. Останнє є важливим, оскільки той же самий продукт може виступати як в якості проміжного, так і в якості кінцевого результату. Наприклад, якщо користувача цікавить нова література з певного питання, то тематичний список літератури – інформаційний продукт. Якщо користувачу важливо дізнатися про

тенденції розвитку певної галузі, то кінцевим (очікуваним) результатом є аналітичний огляд, складовою частиною якого є список літератури.

Аналіз дефініцій, представлених в професійній літературі, у т. ч. нормативно-правового характеру, й використання досвіду, накопиченого в маркетингу послуг, дозволити дійти висновку, що в якості родового терміну доцільно використовувати термін «*інформаційна продукція*», припускаючи, що вона може бути представлена як в матеріальній, так і не в матеріальній формі. У тому випадку, коли результати інформаційно-бібліотечної діяльності набувають матеріальну, речовинну форму, вживається термін *інформаційний продукт*. У якості інформаційних продуктів можуть виступати дайджести, аналітичні огляди, бібліографічні покажчики, реферативні журнали і т. д. До складу інформаційної продукції, окрім інформаційних продуктів, входять також *інформаційні послуги*, що не мають речовинної форми (матеріального носія). *Приклади: усні довідки, консультації бібліографа, видача книг, пошук в Інтернеті ті ін.*

Хоча в літературі проводиться досить чітка межа між продуктами і послугами, у той же час провідною тенденцією обслуговування є все більше злиття продуктів і послуг.

В дійсності майже завжди набуття продукту супроводжується супровідними послугами. Суть того, що набувається, може бути відчутним або невідчутним. Наприклад, такий інформаційний продукт як підбірка тематичних посилань на інтернет-ресурси неможлива, якщо комп'ютер користувача не приєднаний до Мережі. У даному випадку продукт можна розглядати як матеріальну оболонку послуги.

В той же час результатом надання інформаційної послуги є надання споживачу інформаційного продукту. Так, замовляючи проведення маркетингового дослідження, споживач «на руки» має одержати звіт про маркетингове дослідження. При виконанні прес-кліпінга споживачу надається дайджест преси. Результатом пошуку в електронному каталозі є роздруківка відповідних запиту споживача даних або копіювання їх на машиночитаний носій.

Таким чином, доцільним уявляється використання наступної системи термінів:

<i>Інформаційна продукція</i> -	кінцевий результат інформаційно-бібліотечної діяльності, спрямований на задоволення інформаційних потреб користувачів і представлений у вигляді інформаційних продуктів та інформаційних послуг
---------------------------------	---

<i>Інформаційний продукт -</i>	кінцевий результат інформаційно-бібліотечної діяльності, закріплений на матеріальному носії, що уможлиблює його багаторазове використання з метою задоволення інформаційних потреб користувачів
<i>Інформаційна послуга -</i>	корисний кінцевий результат інформаційно-бібліотечної діяльності, представлений в нематеріальній формі, спрямований на задоволення інформаційних потреб користувачів, досить часто також і шляхом надання інформаційних продуктів

## **7.2 Споживчі вимоги до інформаційної продукції**

Розглядаючи інформаційне обслуговування як сервісну діяльність, повертаємося до вихідної тези, що споживач завжди комплексно оцінює якість послуг. Споживчі вимоги до інформаційної продукції визначають критерії, за якими користувачі оцінюють якість, корисність і зручність використання інформаційних матеріалів. Інформаційна продукція повинна відповідати конкретним потребам споживачів, щоб бути ефективною та затребуваною. До таких вимог належать точність, актуальність, повнота, доступність і зрозумілість інформації. Нижче наведено основні вимоги, які пред'являються до інформаційної продукції з боку споживачів.

*Вимоги до інформації.* Користувач висуває до інформації багато різних вимог, іноді суперечливих. Він хоче бути впевнений, що вихідна інформація відповідає таким критеріям як:

- повнота і достатність: інформація повинна бути достатньо детальною, щоб забезпечити користувача всіма необхідними даними для розуміння та аналізу питання;
- достовірність: усі використовувані джерела мають бути надійними, перевіреними та пройшли якісний відбір;
- точність (пертинентність) – тобто відповідність інформаційній потребі;
- актуальність (оперативність, новизна);
- доступність: інформаційна продукція має бути доступною для споживачів у зрозумілому та зручному форматі. Важливою є доступність як у фізичному сенсі (можливість отримання), так і в змістовному (розуміння інформації);
- зрозумілість: інформація має бути зрозумілою для цільової аудиторії. Це включає зрозумілу мову, логічну структуру подання, пояснення термінів та

складних понять. Споживачі очікують, що інформація буде надана в зручному форматі, щоб легко інтерпретувати дані та приймати рішення;

– цільова спрямованість – інформаційна продукція повинна бути спрямована на задоволення конкретних потреб певної аудиторії. Наприклад, інформація для інженерів може суттєво відрізнятися від інформації для фінансистів або менеджерів;

– оперативність: чим швидше споживачі можуть отримати необхідну інформацію, тим ефективніше вони можуть реагувати на зміни та приймати рішення;

– економічна доступність: вартість інформаційної продукції також має значення для споживачів. Продукт повинен мати розумну ціну, яка відповідає його цінності та якості для користувача. Споживачі часто орієнтуються на співвідношення ціни та якості інформаційного продукту;

– конфіденційність та безпека. У випадках, коли інформаційний продукт містить персональні дані або конфіденційну інформацію, важливо забезпечити її захист та безпеку від несанкціонованого доступу.

*Вимоги до обладнання і технологій.* По-перше, стосовно інформаційних технологій встановлюється наявність у виробника доступу до сукупних інформаційних ресурсів; сучасного програмного забезпечення; дружнього інтерфейсу; можливості роботи з віддаленим користувачем в режимі діалогу та багато інше. У бібліотеці користувачів на сьогодні цікавить наявність ксерокса, сканера, комп'ютера з виходом в Інтернет та іншого обладнання. По-друге, ця вимога проявляється стосовно технологій переробки вихідної інформації. Все частіше користувачі потребують не текстів першоджерел, а результати їх переробки у вигляді бібліографічної, фактографічної, аналітичної інформації.

*Вимоги до виробника* (його ділових та особистісних якостей) зумовлені тим, що вся сфера сервісу є високо контактним середовищем, де якість обслуговування невід'ємна від якості постачальника послуг, в нашому випадку – працівника бібліотеки чи інформаційної служби. Виконавець послуги стає якби частиною результату обслуговування, частиною самої послуги. У зв'язку з цим виникає проблема підготовки висококваліфікованого виконавця. Відбувається зростання ролі інформаційного працівника, а значить, зростає і значення їх особистісних якостей.

*Вимоги до умов надання послуг* включають: місце, час, наявність додаткових послуг, спосіб доставки, режим обслуговування, актуалізацію відомостей та багато інше, що визначається особистісними характеристиками користувача і рівнем соціально-економічного розвитку суспільства. Сучасний споживач не

хоче витрачати час до дороги до бібліотеки, на чергу в гардероб, на очікування замовленої літератури. Він не хоче конспектувати документи, надані йому у тимчасове користування, але прагне отримати у власне користування ксерокопії або електронні копії потрібних йому матеріалів. У іншому випадку споживач знаходить альтернативні джерела задоволення інформаційних потреб. Як буде «упаковане» потрібне знання, залежить від виробників, їх досвіду, професіоналізму та маркетингової інтуїції. Реалізація споживчих вимог виступає основним завданням технології підготовки інформаційної продукції.

Отже, узагальнюючи вищенаведене, зазначимо, що особливостями *споживчої вартості* інформаційних продуктів вважаються наступні (табл.7.3):

Таблиця 7.3 – Характеристики споживчої вартості інформаційних продуктів

Споживча характеристика	Сутність
Незнищуваність	Інформаційний продукт зберігає інформацію, яка в ньому міститься, незалежно від того, скільки разів вона була використана. Більш того, ця інформація може бути багато разів тиражована різними користувачами, які мають до неї доступ
Деактуалізація (старіння)	Інформаційні продукти втрачають з часом притаманну їм спочатку споживчу вартість. Це об'єктивний процес втрати соціальною інформацією ціннісних властивостей з появою більш повних і достовірних відомостей
Адресність	Продукти повинні враховувати особливості тих чи інших груп користувачів і їх індивідуальні властивості
Наукоємність виробництва	Створення інформаційного продукту потребує значних витрат інтелектуальної праці на пошук, опрацювання та аналіз інформації

Отже, *інформаційна продукція* – це різні види подання знань, якихось даних, відомостей, розрахунків тощо, практично все, що пов'язане з отриманням і фіксацією знань, які можна використати в даний час або відкласти на майбутнє. Вищою цінністю їх є точність, достовірність, своєчасність та лаконічність. Її якість великою мірою залежить від інформаційних ресурсів, які, на відміну від інших ресурсів, мають властивість накопичуватися.

### 7.3 Класифікація інформаційної продукції і послуг

Спроби розробки класифікації інформаційних продуктів та послуг робилися неодноразово, спочатку в бібліотечній, а потім і в сфері науково-інформаційної діяльності. Основним недоліком «бібліотечних» класифікацій виявилось їх обмеження рамками лише тих послуг, які пропонується бібліотеками. Докладний

аналіз пропонованих різними авторами класифікацій бібліотечних послуг у монографії М. Дворкіної «Бібліотечне обслуговування: теоретичний аспект» наводиться узагальнене систематизоване трактування авторської класифікації послуг, які надаються бібліотекою.

Після перерви, викликані соціально-економічними перетвореннями в пострадянських країнах, знову активізувався інтерес до розробки класифікацій, що відображали ті зміни, які привніс в інформаційну сферу технічний прогрес. За цей період поняття «інформаційна послуга» почало розглядатися як узагальнене по відношенню до поняття «бібліотечна послуга» і розробкою класифікацій саме інформаційних продуктів і послуг займаються як фахівці з інформатики (інформаціологи), так і бібліотекознавці та бібліографознавці.

М. Дворкіна, називаючи основні види послуг, використовує в якості підстави класифікації *предмет запиту* користувача (документ, бібліографічні і фактографічні відомості, новина, орієнтація на навчання, аналіз ситуації, організація обслуговування), вважаючи, що для інформаційної служби запит є основною точкою відліку.

*Документні послуги* забезпечують доступ до видань, архівних документів, музейним предметам на різних носіях (паперових, електронних, компакт-дисках, аудіо- та відеокасетах, мікро картах тощо) на різних мовах; в режимі реального часу («онлайн»), в режимі відкладеного часу (через електронну пошту, «бронювання»), для ознайомлення і тимчасового користування (абонемент, читальний зал, МБА, експозиції тощо), для постійного користування (копіювання на різні носії текстів, продаж документів, копій, електронна доставка документів – ЕДД).

*Довідкові послуги* надають доступ до бібліографічним, фактографічним, концептографічним банків і баз даних, і відповідають (форма-довідка) на бібліографічні і фактографічні запити користувачів усно, письмово, в режимі online і через електронну пошту.

*Новинні послуги* пропонують повідомлення про актуальні події і теми, надають рекламну інформацію, повідомляють про нові видання та інше.

*Орієнтуючі (навчально-консультаційні) послуги* сприяють ознайомленню користувачів з можливостями доступу до інформації усно, в режимі «онлайн» і через електронну пошту (форми: консультація, лекція, урок, комп'ютерні курси та ін.).

*Дослідницькі послуги* (форми: надання аналітичної довідки, аналітичного огляду, маркетингового дослідження, матеріалів рекламного аналізу,



рейтингової інформації, прогнозного дослідження та ін.) доводять до користувачів аналіз ситуації в цікавлячій сфері.

Автор також виділяє *організаційно-допоміжні* послуги: поширення і прокат баз даних; організацію пунктів обслуговування, у т. ч. бібліотечних, комп'ютерних, передачу факсу; приймання запитів по телефону, електронній пошті; записування інформації на дискети користувачів; палітурні роботи та інше; *комплексні* послуги – обслуговування за договорами з надаванням різних послуг за вибором замовника.

У ДСТУ 7448:2013 «Інформація та документація. Бібліотечно-інформаційна діяльність. Терміни та визначення понять» у розділі 4.4.4 «Бібліографічна продукція» бібліографічна продукція визначається як інформація про документ, необхідна для ідентифікації та використання. Бібліографічну інформацію стандарт класифікує у вигляді каталогів, картотек, бібліографічних видань, частин інших видань; бібліографічну інформацію, що стосується електронних ресурсів, у мережі Інтернет називають веббібліографією.

За *формою надання* інформаційна продукція поділяється на: *нематеріальну* – послуга, коли об'єктом виробництва є комунікаційні процеси, і *матеріальну* – продукт, коли об'єктом виробництва є інформація на матеріальних носіях, або накопичені у фондах первинні джерела інформації.

*Матеріальні інформаційні продукти*, в свою чергу, поділяються на *документні*, коли споживачу адресуються первинні або вторинні документи, і *речові*, коли в якості об'єкту послуги виступають зразки нових продуктів і технологій (демонстрація нових виробів, фотографій, стендів тощо).

За *характером взаємодії зі споживачем* розрізняють інформаційну продукцію *одноразову* (поодинокі контакти зі споживачем) і *постійну*, яка передбачає зворотний зв'язок (приміром, вибіркоче обслуговування з корегуванням вимог, або діалогове обслуговування).

За *адресністю* інформаційна продукція може бути *індивідуальною*, *груповою* і *масовою*.

За *характером задоволення потреб* – інформаційна продукція, направлена на задоволення потреб у *адресній, фактографічній, концептуальній* інформації, або на задоволення потреби в *джерелах інформації*.

Крім цього інформаційна продукція може класифікуватися залежно від посадового і кваліфікаційного рівня споживача, від рівня ретроспекції інформації, яка надається, від оперативності обслуговування і т. п.

Комплекси однорідних за операційно-технологічними і класифікаційними ознаками інформаційних продуктів і послуг об'єднуються в *режими*

обслуговування. На відміну від простої інформації, яка складається з впорядкованого набору простих операцій, режими інформаційного обслуговування – це з'єднання певних елементарних форм інформаційної взаємодії зі споживачем і супутніх такій взаємодії допоміжних операцій. Типові для органів інформації режими наведені у додатку 1.

Інформаційна продукція може бути *простою, складною і комбінованою*.

До простої продукції відносяться результати переробки одиничного інформаційного джерела: анотація, бібліографічний опис, реферат, реєстраційні і інформаційні карти, копія статті, проспект тощо.

До складної продукції – результати переробки певної сукупності однорідних джерел: тематичні відбірки, реферативний огляд, сигнальне повідомлення тощо.

До комбінованої – відноситься складна продукція, яка являє собою об'єднання різних видів простої: доповідь про досягнення, інновацію чи досвід, аналітичний огляд, експозиція виставки тощо. Основні види інформаційної продукції, типові для інформаційних органів включено у додаток 2.

Незважаючи на відсутність загальновизнаної класифікації інформаційної продукції необхідно зауважити, що більшість авторів і авторських колективів відходять від лінійних (ієрархічних) класифікацій і схиляються до багатоаспектного описання. Зокрема, для створення багатоаспектних класифікацій інформаційних продуктів та послуг можливо застосувати фасетний метод: кожна класифікаційна ознака слугує підставою утворення *фасета*. У якості прикладу можна виявити наступні фасети (див. табл. 7.4):

Таблиця 7.4 – Фасетна схема класифікації інформаційних продуктів та послуг

Ознака класифікації	Склад фасету
А Вид обслуговування	А1 документальне А2 фактографічне А3 концептографічне
Б Призначення інформації	Б1 індивідуальне Б2 групове Б3 масове
В Вид носія	В1 паперовий В2 машинопрочитуваний В3 плівковий В <sub>n</sub> .....

Ознака класифікації	Склад фасету
Г Спосіб виробництва	Г1 аналітична діяльність Г2 перекладацька діяльність Г3 патентно-ліцензійна Г4 видавнича Г5 копіювально-розмножувальна Г <sub>n</sub> .....
Д Спосіб передачі інформації	Д1 безпосередній Д2 каналами зв'язку Д3 через посередника
Е Режим обслуговування	Е1 разовий Е2 тривалий

В. Брежнєва і В. Мінкіна пропонують власну типологію інформаційних продуктів і послуг, яка може бути покладена в основу складання переліку інформаційних продуктів і послуг, що надаються бібліотеками і службами інформації (див. табл. 7.5):

Таблиця 7.5 – Типологія інформаційних продуктів і послуг

Типи продуктів і послуг	Види інформаційних продуктів і послуг
Інформаційні продукти і послуги, що надаються в результаті документного обслуговування	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Адресні довідки</li> <li>• Надавання в тимчасове користування (на абонементі або в читальному залі) документів з фону</li> <li>• Надавання в постійне користування (скачування) документів з повнотекстових БД</li> <li>• Електронна доставка документів (ЕДД)</li> <li>• МБА</li> </ul>
Інформаційні продукти і послуги, що надаються в результаті бібліографічного обслуговування (бібліографічна інформаційна продукція)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Усні довідки: <ul style="list-style-type: none"> <li>- на уточнення бібліографічного опису</li> <li>- тематичні</li> </ul> </li> <li>• Бібліографічні посібники (покажчики, списки літератури, БД): <ul style="list-style-type: none"> <li>- тематичні і проблемно-тематичні</li> <li>- нових надходжень</li> <li>- бібліографічні, праць організацій</li> <li>- країнознавчі, краєзнавчі</li> </ul> </li> <li>• Тематичні підбірки</li> <li>• Бібліографічні і реферативні огляди</li> <li>• Списки цитованої літератури</li> <li>• ВРІ (вибіркове розповсюдження інформації)</li> </ul>
Інформаційні продукти і послуги, що надаються в результаті фактографічного	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Фактографічні довідки</li> <li>• Фактографічні БД, довідники, досьє (адресно-фірмові, біографічні, цінові)</li> </ul>

Типи продуктів і послуг	Види інформаційних продуктів і послуг
обслуговування (фактографічна інформаційна продукція)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Бізнес-довідки</li> <li>• Прес-кліпінг/моніторинг преси (дайджести преси, новинні стрічки/біжучий рядок, персональні газети)</li> </ul>
Інформаційні продукти і послуги, що надаються в результаті проведення інформаційних досліджень	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ДОР (диференційоване обслуговування керівництва)</li> <li>• Тематичні аналітичні огляди</li> <li>• Звіти про результати бібліографічних досліджень (рубрика тори перспективних напрямів, атласи (карти) фронту наукових досліджень та ін.)</li> <li>• Звіти про маркетингові дослідження</li> <li>• Звіти про патентні дослідження</li> <li>• Тексти виступів і доповіді для керівників</li> <li>• Звіти про результати комунікативного аудита</li> <li>• Експертні системи</li> <li>• Консалтингові послуги (консалтинг)</li> </ul>
Комплексна інформаційна продукція	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Виставки, презентації, ярмарки, бізнес-семінари, конференції, круглі столи, Дні інформації, Дні спеціаліста</li> <li>• Професійні клуби, клуби за інтересами</li> <li>• Сайти, тематичні портали</li> </ul>
Консультаційні послуги	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Навчання користувачів, консультації з пошуку у мережевих ресурсах, фонді і ДПА</li> <li>• Підготовка інформаційної продукції, яка полегшує навігацію в мережевих ресурсах, фонді і довідково-пошуковому апараті – ДПА (колекції посилань, путівники, листівки, закладки, плакати, покажчики та ін.)</li> </ul>
Додаткові (супутні) послуги	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ксерокопіювання і сканування документів, переведення файлів в інший формат</li> <li>• Приймання замовлення по телефону, факсу, електронній пошті</li> <li>• Оренда комп'ютерів</li> <li>• Організація інтернет-кафе</li> <li>• Продаж канцелярських приладів та ін.</li> </ul>

Повний перелік конкретних видів інформаційних послуг навести неможливо, він завжди залишається відкритим, особливо це стосується передачі інформації у комп'ютерних мережах. Кожний день з'являється попит на нові види послуг або пакети послуг, що залежить від розмаїття інформаційних потреб населення, і від матеріальних ресурсів покупця, і від розвитку технологій і програмного забезпечення і т. п.

У зв'язку з зазначеним, пропонується трактувати інформаційну послугу у широкому розумінні як сприяння у безпосередньому пошуку, одержанні, передачі, виробництві, розповсюдженні, обробці, зберіганні інформації.

Послуга, що надається користувачеві, може по-різному оцінюватися ним. Це залежить від якості послуги, яку можна визначити як ступінь відповідності її властивостей потребам користувача в інформації.

Інформаційна послуга є багатоякісним явищем, тому для оцінки якості важливо виділити суттєві з погляду потреб користувачів *властивості*, наприклад, релевантність (семантична відповідність) пошуку (у стандарті вона визначається як ступінь семантичної відповідності документа, знайденого внаслідок інформаційного пошуку, інформаційному запиту) та пертинентність пошуку (ступінь відповідності документа, знайденого в результаті інформаційного пошуку, інформаційній потребі користувача інформації), оперативність видачі документа, довідки; регулярність, оперативність, точність, повнота інформування (для послуг за постійними запитами) та менш суттєві, але значущі, додаткові властивості, скажімо, дотримання професійної етики та етикету під час виконання послуги. Якість послуги залежить від багатьох факторів – від якості інформаційних ресурсів, кваліфікації інформаційного працівника та користувача, їх настрою, умов, часу надання послуги тощо, тому одна й та сама форма послуг може бути виконана по-різному з точки зору якості.

#### **7.4 Комунікаційно-технологічні аспекти здійснення інформаційного обслуговування**

В інформаційному обслуговуванні змісти, які виражають користувач у своєму запиті та інформаційний працівник у пошуку та відповіді, рухаються у часі та просторі інформаційного середовища.

Однією з особливостей інформаційного обслуговування як *комунікації* є те, що ролі суб'єктів під час цієї діяльності змінюються: при пред'явленні користувачем запиту інформаційному працівнику користувач є комунікантом, відправником, а інформаційний працівник – адресатом, приймачем, реципієнтом; при виконанні запиту та передачі інформаційним працівником документа чи інформації користувачу перший стає комунікантом, відправником, другий – адресатом, приймачем. Інформаційний запит приймається як текст, що зазначає певну інформаційну потребу користувача інформації.

У процесі організації обслуговування можна виокремити кілька послідовно виконуваних етапів (див. рис. 7.3):

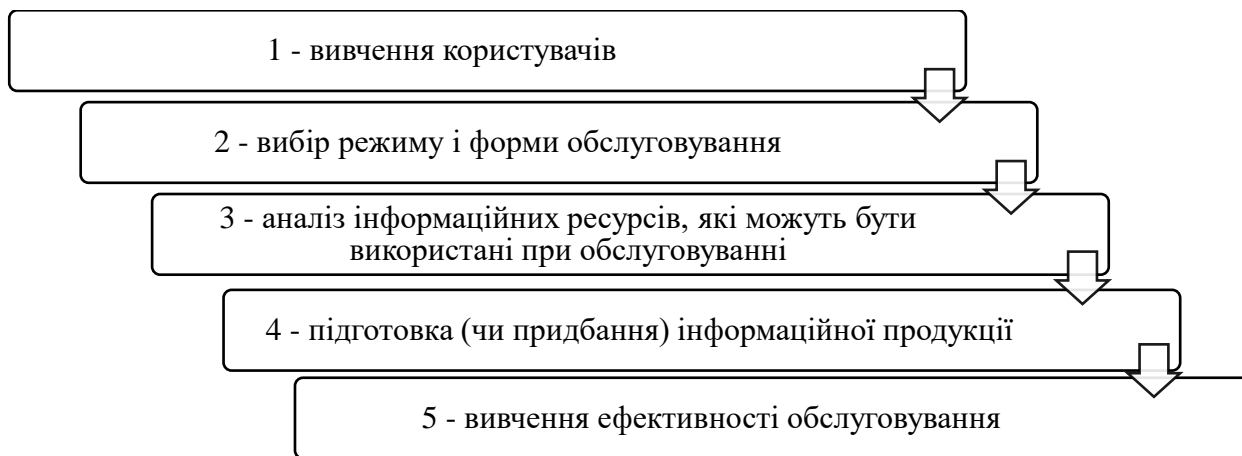


Рисунок 7.3 – Етапи у процесі організації інформаційного обслуговування

Схарактеризуємо основні складові інформаційного обслуговування як соціально-комунікаційного процесу.

В першу чергу потребує з’ясування учасників і компонентів, які в системі комунікації інформаційного обслуговування виконують ролі виконавців запиту і задовольняють інформаційні потреби (див. рис. 7.4).



Рисунок 7.4 – Учасники і компоненти системи комунікації в структурі інформаційного обслуговування

Під час отримання послуг між користувачем та інформаційною службою (інформаційним працівником) здійснюється комунікація.

Існують різні канали, засоби та форми комунікації між користувачем та інформаційною системою.

Для різних каналів отримання інформації характерними є різні назви користувачів: читач, абонент міжбібліотечного абонементу (МБА), вибіркового розповсюдження інформації (ВРІ), заочного абонементу – у бібліотеці; покупець – у книгарні, клієнт рекламної чи маркетингової фірми; слухач та глядач, відвідувач виставки, музею, учасник заходу. Застосовують також термін «споживач інформації», «користувач інформації» маючи на увазі використання людиною інформації.

*Користувач (інформації), споживач інформації* – це особа чи організація, що отримує інформацію, яку надає бібліотека, інформаційний орган, інформаційний центр, будь-яка інформаційна система. Можна звузити дефініцію до користувача інформаційної установи як будь-якого суб'єкта (особи, групи осіб, організації), який звертається до інформаційної установи та (або) отримує її послуги.

Комунікація користувачів та інформаційної служби здійснюється в усній та письмовій формах, безпосередньо при відвідуванні інформаційної установи та через канали зв'язку з використанням технічних засобів. На цій підставі виділяють очних та заочних користувачів.

У зв'язку з впровадженням нових інформаційних технологій говорять про віддаленого (віртуального) користувача. Це, по суті, заочний користувач, про якого, однак, інформаційний працівник, на відміну від колишніх абонентів заочного та міжбібліотечного абонементів, може не знати нічого, крім коду, зафіксованого на сервері служби. У той самий час сам віртуальний користувач знає про інформаційну службу все, що представлено її вебсторінці.

Вирізняють реальних і потенційних користувачів, тобто, тих, комунація яких із інформаційною службою ще не відбулася, але можлива.

Користувач інформаційної служби – це одна з численних соціальних ролей людини (учень, читач, пішохід та ін.) та одна з її комунікаційних діяльностей.

Вона викликана до життя такою універсальною потребою, як потреба в інформації (інформаційна потреба). Інформаційна потреба – вимога користувача інформації щодо отримання будь-яких даних, повідомлень, фактів для вирішення питань або проблем, пов'язаних з науковою чи практичною діяльністю.

Динамічний характер інформаційних потреб забезпечує можливість розділити їх на постійні, пов'язані з основними напрямками соціально-економічного розвитку суспільства, розвитку певних наукових дисциплін чи галузей; тимчасові, пов'язані з вирішенням конкретних наукових задач чи ситуацій чи з невирішеними проблемами, які можуть затримувати чи

прискорювати суспільний розвиток, і перспективні, які виникають в результаті нових наукових відкриттів чи соціальних процесів і явищ.

Класифікація потреб відбувається за різними ознаками. В ряду пізнавальних потреб (як потреби в знаннях) виділити два види: дослідницьку потребу (необхідність знань, яких зовсім не має в суспільстві, і необхідність праці дослідника, щоб їх отримати) й інформаційну (потреба в знаннях, які є в суспільстві, але не у тієї людини, якій вони як раз знадобилися). В цьому зв'язку інформаційне виробництво (генерування інформації) виступає як задоволення дослідної потреби, а інформаційне використання – як задоволення потреби в інформації. Одна й та сама людина в одному відношенні виступає виробником інформації, а в іншому – її користувачем на процеси інформаційного використання і на діяльність користувача інформації накладають відбиток загальнолюдські, групові й індивідуальні особливості людини.

Професійна діяльність фахівців визначається, з одного боку, самим предметом діяльності, з іншого – існуючими суспільними відносинами та місцем суб'єкту в структурі діяльності та суспільства. В свою чергу професійна діяльність є визначальним фактором при формуванні інформаційних потреб фахівців, а також кінцевою метою їх задоволення.

Інформаційні потреби і інтереси мотивують інформаційно-комунікаційну діяльність користувача. В цій діяльності можна виділити 3 фази.

*Передкомунікаційна фаза* здійснюється до звернення до інформаційної служби, коли користувач, який усвідомлює свої інформаційні потреби, цілі, під впливом своїх ціннісних орієнтацій, боротьби мотивів (внутрішні спонукання), стереотипів, що склалися, моди на інформацію, своєї інформаційної культури (тобто культури вибору інформації), що включає вміння користуватися базами даних, фондами та каталогами, здійснювати інформаційний пошук; культури роботи з інформацією, використання інформації) продумує канали задоволення інформаційної потреби (домашня бібліотека, власна база даних, бібліотека, архів, книгарня тощо).

*Комунікаційна фаза* здійснюється при контакті користувача з інформаційною службою. Цей контакт може бути заочним (у т. ч. через Інтернет) та очним. Діяльність користувача в інформаційній службі виявляється у тому, що він пред'являє свій інформаційний запит, що виражає його інформаційні потреби та інтереси, шукає потрібну інформацію, звертаючись до баз даних, фондів, за консультаціями до працівників служби, бере участь у її заходах.

При цьому у користувача під впливом реклами (у т.ч. на інтернет-сайтах), експозицій, презентацій, фонду та інших зовнішніх спонукальних факторів-



стимулів інформаційного середовища можуть з'явитися нові інформаційні потреби та інтереси, нові знання, які здатні мотивувати повторну комунікацію з інформаційною службою.

Третя фаза – *посткомунікаційна*, здійснювана як усередині, так і поза інформаційною службою, пов'язана зі сприйняттям, розумінням і використанням інформації, отриманої в інформаційній службі, перетворенням цієї інформації на знання. По суті заради знання та звертаються до інформаційної служби.

З позицій інформаційного підходу взаємодію між повідомленням і відправником і споживачем інформації можна вважати *інформаційним процесом*. Іншими словами, *інформаційні процеси* – це сукупність послідовних операцій (реєстрація, передача, накопичення, зберігання, оброблення, видача інформації), дій і зв'язків з обміну інформацією, що здійснюються в системі комунікацій.

Для вивчення інформаційних потреб, інтересів, інших особливостей користувачів складається програма, використовуються різні методи дослідження: опитування (інтерв'ю та анкетування), спостереження, експеримент, метод експертних оцінок, моделювання та ін.

Тому ядро спеціальних знань будь-якого інформаційного працівника мають становити знання та вміння, пов'язані з інформаційно-пошуковими мовами, аналітико-синтетичною переробкою інформації, інформаційним пошуком. Для фахівця, що займається інформаційним обслуговуванням, дуже важлива комунікаційна культура та її складова мовленнєва культура.

У ході інформаційного обслуговування можлива безпосередня та опосередкована комунікація.

Безпосередній діалог між інформаційним працівником та користувачем сприяє орієнтуванню останнього в інформаційному середовищі, уточненню його запиту, обміну думками про якусь подію, явище. Такий діалог здійснюється у формах консультації, екскурсії, рекомендації при видачі користувачам документів та довідок, інформаційного огляду, презентації тощо.

В організації безпосередньої комунікації в інформаційній службі велике значення мають правила користування нею норм професійного етикету. Психологічні механізми комунікації інформаційного працівника з одним користувачем, групою чи масовою аудиторією ЗМІ – різні. При спілкуванні з групою та масою особливо важливо брати до уваги такі соціально-психологічні механізми, як психологічне зараження, навіювання, наслідування.

Опосередковано здійснюється комунікація інформаційної служби з користувачем через різноманітні складові інформаційного середовища. Це може бути фонд, довідково-бібліографічний апарат (зокрема електронний), експозиції, оголошення, інші елементи метаінформації. Опосередковано спілкується з інформаційною службою віртуальний користувач. При опосередкованій комунікації її характер скоріше суб'єкт-об'єктний, ніж суб'єкт-суб'єктний, як із безпосередньому спілкуванні.

Опосередковано відбувається комунікація користувачів із авторами творів, що становлять фонд бібліотеки, архіву, музею тощо.

Надаючи рукописи, видання, документи та інше користувачам, розкриваючи їх на експозиціях, знайомлячи з ними відвідувачів під час усних бібліографічних оглядів, днів інформації тощо, забезпечуючи користувачів фактами, концептографічною інформацією, надані за допомогою застосування нових інформаційних технологій, можливість звернення до документів інших інформаційних центрів інформаційна служба створює умови для діалогу між авторами творів та їх читачами.

Звичайно, це ідеальний результат комунікації в інформаційному обслуговуванні, на шляху до якого є чимало перешкод, пов'язаних із різним ставленням інформаційних служб до своїх завдань, із обмеженістю комплектування цих служб, із їхньою слабкою технічною оснащеністю, із недостатньою кваліфікацією працівників, із психологічними бар'єрами комунікації.

До впровадження нових інформаційних технологій пошук документів, інформації у бібліотеках, архівах, книгарнях тощо здійснювався за певними алгоритмами, проте в електронних інформаційно-пошукових системах (ПС), на відміну від ручних, ці алгоритми жорстко підтримуються програмними засобами.

Перенесення поняття «навігація» в інформаційну сферу видається обґрунтованим, тим самим підкреслюється універсальність інформаційної діяльності. Адже навігація має місце у багатьох видах діяльності, вона, на наш погляд, є складовою такої універсальної діяльності як «пошук» та «інформаційний пошук», під яким розуміють:

– дії, методи та процедури, що дозволяють здійснити відбір певної інформації з масиву даних;

– процес знаходження, відбору та видачі визначеної заздалегідь заданими ознаками інформації (у тому числі – документів, їх частин та/або даних) з масивів та записів будь-якого виду та на будь-яких носіях.

Отже *інформаційний пошук* – це процес знаходження у певному упорядкованому безлічі тих повідомлень, які відповідають запитам споживача або містять необхідні споживачеві факти, дані. Іншими словами, інформаційний пошук розуміється як сукупність логічних і технічних операцій, що мають кінцевою метою знаходження документів, відомостей про них, фактів, даних, релевантних запиту користувача.

При інформаційному пошуку, на відміну пошуку матеріальних об'єктів виникають семантичні проблеми, пов'язані з неправильним вираженням у запиті потреби і з ідентифікацією запиту і тексту. На жаль, у національних стандартах, словниках не простежується зв'язок навігації та пошуку.

В залежності від шуканого об'єкта і мети розрізняють такі основні види пошуку (див. рис. 7.5):

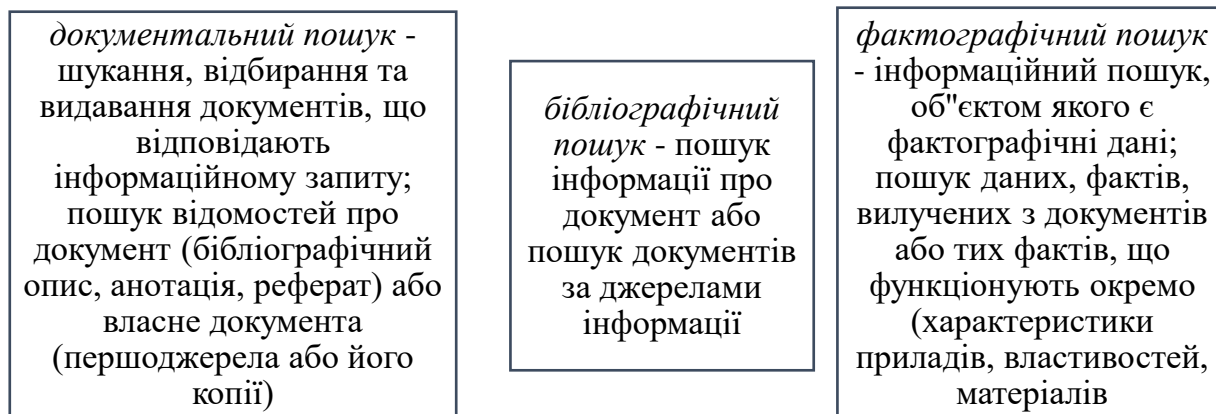


Рисунок 7.5 – Основні види інформаційного пошуку

Навігація як рух за певними алгоритмами в інформаційному просторі (тобто стратегія пошуку) передує, на нашу думку, таким процедурам пошуку як порівняння, відбір та ідентифікація з предметом пошуку. Навігація вимагає від працівника гарного орієнтування в інформаційних ресурсах та інформаційного середовища як даної інформаційної служби, так і глобальної супермагістралі Інтернету.

В інформаційній діяльності навігація – процедура, включена не лише у процес інформаційного обслуговування, а й у процес збору інформації (потрібно обґрунтувати певний алгоритм пошуку комплексованої інформації та слідувати йому), аналітико-синтетичної переробки інформації. Але в інформаційному обслуговуванні процедура навігації найбільш виразна та множинна, здійснюється не лише інформаційним працівником, а й користувачем.

Процедуру навігації, як і пошуку, включено до технології інформаційного обслуговування.

Уявлення про технологію в сучасній науці багатозначне. Є широке та вузьке розуміння технології. У найзагальнішому сенсі технологія – систематизоване знання, спрямоване регулювання, контролю та управління фізичним і соціальним середовищем. Всесвітній феномен культури представляється як макротехнологія. Технологія складається з двох системних напрямів. «Тверда» технологія – система фізичної технології включає машини, механізми, прилади, пристрої... «М'яка» технологія – це нефізична системна технологія самоорганізації, управління та пізнання. «М'які» технології стосуються соціальних, культурних, економічних, політичних, релігійних, науково-технічних, екологічних і т. п. систем. Щодо системи інформаційного обслуговування (соціокультурної системи) можна говорити як про «м'яку» технологію, де значне місце займає самоорганізація. Розглянутий підхід до технології для даної роботи цікавить не стільки сам по собі, а скільки тому, що дає певне уявлення про значення технології в сучасному житті, показує, що вона стала феноменом культури, який отримав множину тлумачень. Не випадково сьогодні говорять про освітні, виборчі технології тощо.

Щодо інформаційного обслуговування, то це визначення можна було б переформулювати наступним чином: *технологія інформаційного обслуговування* – сукупність методів, технологічних процесів та програмно-технічних засобів, об'єднаних у технологічний комплекс, що забезпечує виробництво та надання інформаційних послуг.

Найважливішим компонентом технології є технологічний процес. *Технологічний процес інформаційного обслуговування* можна визначити як *послідовність дій над інформаційним запитом та іншими об'єктами (наприклад, документами) з метою виробництва інформаційної послуги*. Оскільки інформаційна служба надає різні види послуг, одночасно здійснюється кілька технологічних процесів. Персонал зазвичай спеціалізується у виконанні певних послуг або їх елементів.

За реалізації технологічного процесу будь-якої послуги, у ньому має місце процедура *навігації*, тобто, здійснення інформаційним працівником, користувачем чи програмою алгоритму, що дозволяє знайти потрібну інформацію.

Причому більшою чи меншою мірою вона присутня у кожному з трьох основних типових блоків моделі технології обслуговування: підготовка до обслуговування, реалізація послуги, аналіз обслуговування, які утворюють технологічний цикл.

У першому блоці навігаційно-пошукове завдання вирішується щодо умов реалізації послуг, розроблення тематико-експозиційних планів виставок та сценаріїв заходів, у третьому блоці – при виявленні змін у зовнішньому та внутрішньому середовищі, необхідних для відновлення технологічного процесу.

Другий блок (реалізація послуг) включає навігацію серед інших процедур (див. рис. 7.6).

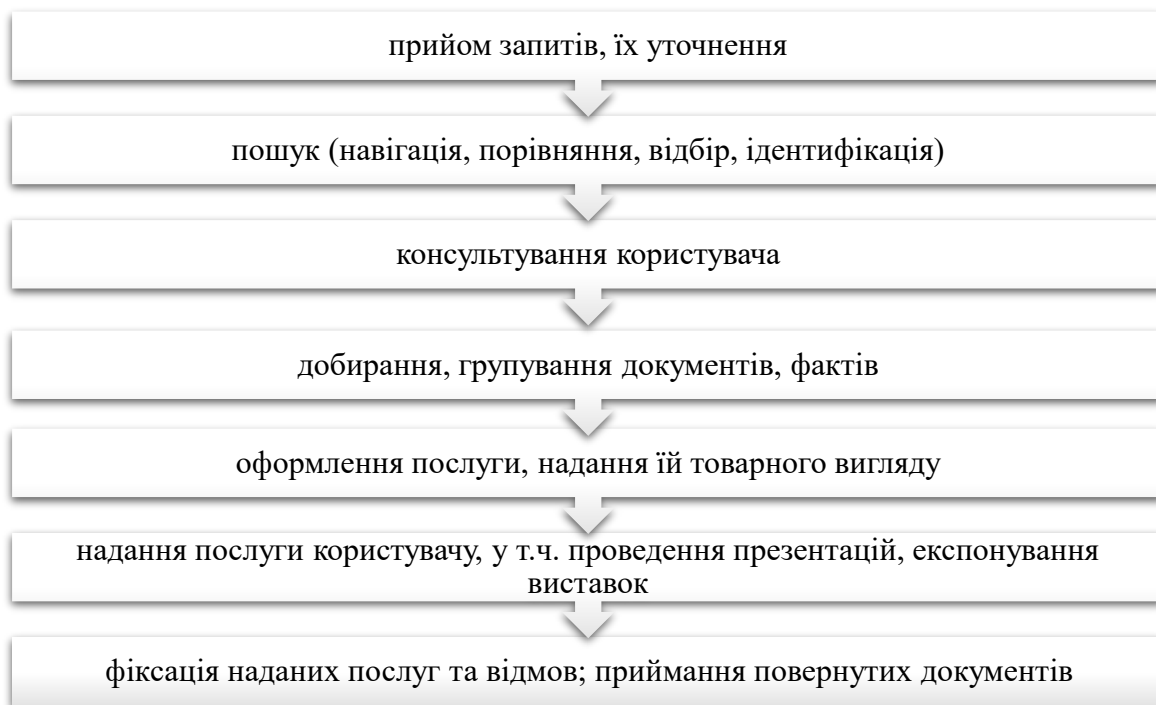


Рисунок 7.6 – Основні процедури реалізації інформаційних послуг

У зв'язку з впровадженням сучасних техніко-технологічних засобів та заміною багатьох ручних процесів, акцент у діяльності інформаційного працівника переміщається з центрального блоку на перший та третій.

У центральному блоці процедура навігації по суті починається з прийому *інформаційного запиту*.

Відповідно до чинних термінологічних стандартів України *інформаційний запит* – інформаційна потреба користувача інформації, подана природною мовою; текст, що зазначає певну інформаційну потребу користувача інформації.

Запитом тут вважається лише письмове вираження потреби (текст). У «Систематизованому тлумачному словнику з інформатики» Ф. Воройського інформаційний запит розглядається як виражена природною мовою інформаційна потреба. Слова «природною мовою» показують, що автор передбачає як письмове, а й усне вираження потреби у запиті. Далі автор уточнює поняття «інформаційний запит» як вхідне повідомлення в

автоматизовану систему, що містить вимогу видачу інформації чи (у загальному випадку) виділення ресурсів.

Можна надати уточнене визначення *інформаційного запиту*: це вимога користувача, що пред'являється в інформаційну службу з метою отримання інформації. В інформаційному обслуговуванні як системі комунікації запит виконує роль об'єкта, що опосередковує взаємодію користувача та інформаційного працівника і є повідомленням. В інформаційному обслуговуванні як діяльності запит є предметом діяльності. З погляду формальної логіки, інформаційний запит – запитання користувача до системи інформаційного обслуговування.

Це запитання виникає тоді, коли у користувача виникає суперечність між наявним знанням і тим, яке йому необхідне для вирішення його проблеми (навчальної, виробничої, наукової, управлінської, пов'язаної з підприємницькою діяльністю тощо).

Значна частина запитів подаються у запитальній формі. Це запитання, головним чином, на знаходження (тобто вимагають вирішення навігаційно-пошукового завдання), а не на доказ (як у науковому дослідженні) чи з'ясування думки. Є серед запитів і такі, які розраховані не так на знаходження даних, документів, а як на роз'яснення правил користування фондом, базами даних.

Поряд із запитамі, поданими у запитальній формі, можуть бути запити в ствердній формі (дайте мені, будь ласка, підручник такого автора, журнал Назва, мені потрібна справа № 32, опис 1, з архівного фонду 5 та ін.). При виконанні такого запиту інформаційний працівник зазвичай перетворює це твердження на запитання, щоб з'ясувати, чи є такий документ у фонді і якщо так, знаходиться він на місці або взятий іншим користувачем. В окремих випадках такий запит виконується без переведення його в форму запитання (наприклад, коли користувач просить документ із закритої виставкової вітрини).

За наявності загального розглянуті інформаційні запити мають різну природу.

Відповідно до *предмету запиту*, який відображає, що користувачеві потрібно, можна виділити *запити* на:

- первинні документи (конкретний документ чи документи на конкретну тему);
- бібліографічні (адресні, тематичні уточнюючі) та фактографічні, концептографічні дані;
- консультації;
- переклади: на інформаційні дослідження (наприклад, кон'юнктурне

вивчення ринку, аналітичний огляд, оцінку рівня розробки, розрахунків тощо);

- на новинну інформацію;
- організаційно-допоміжні послуги (тимчасове «бронювання» документів, перезапис на електронний носій та ін.);
- комплексне обслуговування (укладення договору про інформаційне обслуговування та ін.).

Щоб розпочати пошук, запит найчастіше фіксується і складається у формі *пошукового образу запиту* (ПОЗ), тобто, тексту, що виражає смисловий зміст інформаційного запиту на інформаційно-пошуковій мові (ІПМ), який може приймати система обслуговування. При зверненні до автоматизованої інформаційно-пошукової системи (АІПС) користувач сам формулює запит за допомогою меню, підказок, закладених у програмному забезпеченні системи, і здійснює навігацію. При цьому стандартизоване визначення ІПМ розуміється як формалізована мова, призначена для характеристики даних чи змісту документів, щоб забезпечити їх зберігання та пошук, а ПОЗ – зміст інформаційного запиту, поданого засобами ІПМ.

У технологічному процесі обслуговування важливо виявити відоме знання про відповідь у користувача у запиті, тому велике значення має процедура уточнення запиту, що сприяє навігації в інформаційному просторі, що звужує поле пошуку. Навігації сприяє знання рівнів організації інформаційного простору, принципів організації доступу до інформації у ньому.

Уточнення особливо важливе для тематичних, фактографічних запитів та запитів на дослідження. Наприклад, запит користувача сформульований так: які фірми у нашій країні виробляють медичне устаткування? Однак насправді користувач хоче отримати інформацію про можливість його фірми, яка має намір виготовляти медичне обладнання, успішно вийти на вітчизняний ринок. Отже, йому потрібні як відомості про фірми-виробники, так і про фірми, які продають це устаткування (як вітчизняні, і зарубіжні), йому потрібно знати попит на медичне обладнання та багато іншого, тобто, по суті, він хоче отримати кон'юнктурну інформацію, пов'язану з медичним обладнанням. І якщо інформаційний працівник не зможе виявити додаткову стосовно запиту інформацію, то користувач не буде задоволений.

Щоб уточнити запит, інформаційний працівник зазвичай проводить так зване довідкове інтерв'ю, яке є по суті навігацією, і виявляє деякі деталі запиту, що допомагає, підказує користувачеві, як сформулювати запит. У цьому інтерв'ю інформаційний працівник може попросити розповісти користувача про проблему, над якою він зараз працює, про інші назви предмета його потреб, про

те, що він хотів би дізнатися про цей предмет, що йому вже відомо, що він розраховує отримати в результаті пошуку, як йому можуть стати в нагоді результати пошуку, що найбільше допомагало йому при вивченні цієї теми досі, який аспект теми має для нього найбільше значення (наприклад, він може цікавитися історією, політикою чи промисловістю, культурою країни) та ін.

*Тематичний пошук* може полегшити знання вищого (родового) стосовно поняття (для цього використовуються ієрархічні класифікаційні системи, тезауруси), асоціативних зв'язків. За принципом – від вищого до нижчого поняття будуються меню в АПС, асоціації використовують у гіпертекстах.

Уточнюються також мовні, географічні параметри запиту (місце видання, географія фактів, місце проведення заходу), часові характеристики (глибина пошуку, періодичність надання документів, термін виконання запиту, час і тривалість проведення заходу, тривалість дії запиту – «постійний» запит на обслуговування та разовий запит на видачу довідки, документа), форма надання матеріалу – усна або письмова, носій інформації, на якому її хоче отримати користувач, необхідні технічні засоби, форма послуги. Так, при одному предметі запиту, скажімо, на інформацію про нові видання, у разі різних побажань користувача можливі різні форми послуг – список нових надходжень (у тому числі через Інтернет в онлайн-режимі або в режимі відкладеного часу через електронну пошту), «кільцева пошта», виставка, отримання інформації по ВРІ, на Дні інформації тощо.

Розуміння та трансформація запиту є по суті першим етапом навігації в інформаційному просторі для пошуку потрібної інформації. Далі навігаційно-пошуковий процес складається залежно від техніко-технологічних особливостей інформаційних ресурсів (у тому числі носіїв інформації) та від предмета запиту, інших його параметрів. Так, у технології Інтернету передбачено такі типи пошукових засобів: пошукові системи; онлайн-словники, енциклопедії та інші довідкові ресурси; каталоги та бази даних, у т.ч. каталоги бібліотек та бібліографічні бази даних. Жоден з пошукових засобів не є досконалим, проте, звернення до них корисне у поєднанні з іншими методами пошуку. Інтернет відкриває можливості використання у пошуку графічних зображень, гіпертекстових зв'язків.

У блоці «реалізація послуги» пошук, тобто, навігація та подальші порівняння, відбір інформації та встановлення її відповідності (ідентифікація) з інформаційним запитом можуть здійснюватися один раз і багаторазово. У цьому плані можна говорити про однорівневий (одноконтурний) пошук – знайдено книгу на невеликій виставці; дворівневий – пошук у фонді книги відомого автора



з використанням алфавітного каталогу; трирівневий – пошук у фонді книги на тему через алфавітно-предметний покажчик та систематичний каталог; багаторівневий. Дво-трирівневий та багаторівневий пошук використовується в АПС, додатковий рівень пошуку дає застосування гіпертексту.

Кількість рівнів впливає час (швидкість) пошуку, включаючи навігацію. Час пошуку у фонді визначається і просторовими характеристиками сховища, відстанню від сховища до пунктів видачі, видавничо-поліграфічними особливостями документів (наприклад, книга або патентна інформація).

Отже, позитивним результатом технологічного процесу інформаційного обслуговування є інформаційна послуга. Послуги задовольняють загальнокультурні, професійні, навчальні, аматорські та ін. потреби та роблять доступною різні види інформації: ділову (біржову, фінансову, комерційну, економічну, статистичну), науково-професійну (науково-технічну, медичну, юридичну, екологічну тощо), соціально-політичну, масову, споживчу та іншу інформацію.

## **7.5 Виробники інформаційної продукції**

Зазначимо, що основними створювачами інформації у наукових і технічних сферах є конкретні автори та дослідники, де їхні дослідження або статті потім можуть бути перевидані або представлені у вигляді публікацій, патентів або іншої інформаційної продукції. Це особи, які генерують оригінальний контент, дослідження або аналіз. Автори можуть працювати над написанням статей, книг, звітів, наукових праць, розробкою концепцій тощо. Але в умовах організації інформаційної сфери насамперед важливо визначити інституційне оформлення виробників (створювачів) інформаційної продукції.

На думку М. Дворкіної, для класифікації установ з погляду інформаційного обслуговування доцільно використовувати функціональний підхід, а в якості розмежувальної ознаки першого рівня застосувати віднесення виконуваної ними інформаційної діяльності до основної, включеної чи допоміжної. На цій основі виокремлюємо три групи установ.

Для першої групи служб, таких як адміністрація, аптека, служба побуту тощо, інформаційне обслуговування не є основною, а допоміжною діяльністю. Ці організації надають клієнтам інформацію про режим своєї роботи, про асортимент послуг (рекламна інформація), що надаються ними, консультують з питань, що стосуються їх компетенції (консалтингова інформація). Отже, тут інформаційне обслуговування спрямоване на інтенсифікацію своєї діяльності організації.

Друга група – заклади освіти, де інформаційне обслуговування є органічним компонентом їх основної діяльності. Воно не відокремлене та здійснюється в рамках форм цієї діяльності (уроку, лекції, семінару тощо).

Третя група служб – бібліотеки, служби науково-технічної інформації (НТІ), рекламні фірми, архіви, музеї, книгарні, видавництва, статистичні служби, кінопрокат, радіо- та телевізійні, відеослужби, служби інформаційних брокерів та ін. спеціально створені для інформаційної діяльності, у межах якої функціонально (іноді й організаційно) виділене інформаційне обслуговування.

Всі ці установи входять до *індустрії інформації*, оскільки змістом діяльності в індустрії інформації є виробництво, обробка, зберігання, передавання та споживання інформації в різних формах. Інформаційна індустрія включає всі процеси, що стосуються створення, обміну, використання та захисту інформації, а також надання послуг, пов'язаних з її обробкою та поширенням, а також забезпечення умов доступу споживачів до необхідної інформації

Протягом тривалого часу у суспільстві існувала стійка думка, що організаціями, які здійснюють інформаційне обслуговування, традиційно є бібліотеки і інформаційні служби. До них зверталися споживачі, зустрічаючись з необхідністю отримання інформації.

Бібліотеки, архіви, служби НТІ, Книжкова палата, музеї здійснюють довгострокову кумулятивну функцію (тобто збирають, обробляють та тривалий час зберігають документну інформацію) та трансляційну функцію, яка реалізується у процесі інформаційного обслуговування. Зазначена функція сприяє поширенню інформації, забезпеченню доступу людей до накопичених цими, а також іншими установами, до інформаційних ресурсів, задоволенню їх інформаційних та культурних потреб.

Видавництва, виставкові комплекси, рекламні агенції, книгарні, редакції радіо, телебачення, інформаційні брокери здійснюють короткострокову кумулятивну та трансляційну функції.

Маючи спільні соціальні функції, різні установи індустрії інформації відрізняються деякими специфічними особливостями, пов'язаними з типом документів, що зберігаються в них, групами користувачів, на які вони орієнтовані.

Бібліотеки надають, головним чином, документи та інформацію широкого розповсюдження для різноманітних груп населення (що не виключає зберігання та видачі деякими бібліотеками рукописних матеріалів); архіви – неопубліковану документацію, матеріали установ та організацій, що «втратили своє оперативне значення» – в основному, для фахівців; телебачення – аудіовізуальну

інформацію, розраховану на масову аудиторію (при цьому існує певна глядацька орієнтація окремих передач); служби інформаційних брокерів орієнтовані на вузьке, але платоспроможне коло користувачів тощо.

Зараз ситуація кардинально змінилася, що пов'язано зі зростанням ролі інформації у сучасному суспільстві, підвищенням попиту на неї, усвідомленням комерційної вигоди від її продажу і розширенням асортименту інформаційної продукції. Як наслідок, на інформаційному ринку працює велика кількість різноманітних організацій, які пропонують широкий спектр інформаційних продуктів і послуг.

Організації, які працюють в індустрії інформації, можна об'єднати за *профілем основної діяльності* в основні групи:

1) *організації – створювачі первинних документів*, саме інформаційної продукції, яка раніше була відсутня в первинному інформаційному потоці (заклади вищої освіти (ЗВО), науково-дослідні установи, видавництва, компанії-розробники програмного забезпечення, студії вебдизайну та ін.);

Видавництва займаються друком та поширенням інформаційної продукції у вигляді книг, журналів, газет, наукових видань, а також цифрової інформації (електронні книги, журнали тощо). Телевізійні, радіо- та онлайн-медіа створюють та поширюють інформаційну продукцію у вигляді новин, ток-шоу, документальних програм, інтерв'ю, аналітичних матеріалів тощо.

Аналітичні та консалтингові компанії займаються збором, аналізом та обробкою інформації з різних джерел для створення звітів, досліджень, прогнозів і рекомендацій. Такі компанії часто займаються створенням специфічної інформаційної продукції для бізнесу або урядових органів.

ЗВО та інші освітні установи створюють інформаційну продукцію у вигляді підручників, методичних матеріалів, онлайн-курсів, лекцій, навчальних програм.

Маркетингові та рекламні агенції створюють інформаційну продукцію для просування товарів, послуг або брендів. Це можуть бути рекламні кампанії, промо-матеріали, банери, відео та аудіо реклами, контент для соцмереж.

Державні органи та установи (наприклад, статистичні служби, органи охорони здоров'я, урядові агентства) створюють та поширюють інформаційну продукцію у вигляді звітів, статистичних даних, нормативно-правових актів, державних публікацій тощо. Вони також відповідають за створення продукції для громадян щодо освітлення діяльності держави, політичних ініціатив та розвитку країни.

Спеціалізовані агенції створюють інформаційну продукцію, орієнтуючись на конкретну тему або галузь (наприклад, охорона здоров'я, енергетика, екологія). Вони створюють звіти, дослідження, огляди та ін.;

2) *організації – накопичувачі інформаційних ресурсів*. Організації-накопичувачі інформаційних ресурсів – це інституції, організації або установи, які мають в своєму розпорядженні і здійснюють зберігання, систематизацію, обробку і поширення інформаційних ресурсів. Вони акумулюють великі обсяги різноманітної інформації, яка може бути корисною для різних сфер діяльності: від науки та освіти до бізнесу та культури.

До основних організацій-накопичувачів інформаційних ресурсів відносяться: бібліотеки; архіви; музеї та культурні установи; науково-дослідницькі установи; інтернет-платформи та репозиторії, які збирають та зберігають великий обсяг цифрової інформації: це можуть бути відкриті академічні репозиторії, онлайн-бібліотеки, цифрові архіви, платформи для обміну науковими статтями та даними; державні установи та організації, які є накопичувачами важливої соціальної, економічної, політичної та правової інформації; корпоративні інформаційні системи (у великих компаніях і корпораціях є внутрішні інформаційні системи, які накопичують і зберігають корпоративні дані, бухгалтерські документи, контракти, звіти та інші бізнес-ресурси); медіа-компанії (телебачення, радіо, інтернет-платформи), які збирають, зберігають та обробляють інформацію, що має суспільну цінність; інформаційні агентства; фінансові установи та біржі (зберігають великі обсяги фінансової інформації: звіти, фінансові документи, біржові котирування, трансакції тощо);

3) *організації – держателі (зберігачі) інформаційних ресурсів* (бібліотеки, музеї, архіви, інформаційні центри та ін.). Організації-зберігачі інформаційних ресурсів виконують такі завдання: забезпечення довгострокового збереження інформації для подальшого використання; охорона і безпека даних, захист від несанкціонованого доступу, крадіжки чи пошкодження; класифікація, систематизація та індексація інформаційних ресурсів для полегшення їх пошуку та доступу; надання доступу до інформаційних ресурсів різним користувачам (науковці, громадяни, урядові органи, бізнес); оновлення і цифровізація інформаційних ресурсів для забезпечення актуальності та доступності в умовах технологічного прогресу;

4) *організації, які здійснюють аналітичну обробку інформаційних ресурсів за запитами кінцевих споживачів* (дослідницькі організації, аналітичні центри,

інформаційно-аналітичні і маркетингові і консалтингові компанії, агентства та ін.).

Пропонована схема є відкритою, постійно поновлюваною у ході змін, що відбуваються на інформаційному ринку. Часто буває важко визначити основний профіль діяльності, оскільки в реальному житті організації працюють за декількома напрямками. Так, бібліотеки здійснюють зберігання інформаційних ресурсів, надають споживачам доступ до них і здійснюють на їх базі підготовку нової інформаційної продукції. Можна виділити ті напрями інформаційного обслуговування, які одержали найбільшого поширення (див. табл. 7.6).

Таблиця 7.6 – Характеристика основних напрямів інформаційного обслуговування організацій на інформаційному ринку

Напрямок діяльності	Організації, які надають інформаційні продукти і послуги
Створення первинних документів	ЗВО, НДІ, видавництва, редакції ЗМІ та ін.
Формування інформаційних ресурсів, генерування баз даних	Всеукраїнські (центральні) галузеві інформаційні центри, бібліотеки, інформаційно-аналітичні агентства, телефонні довідкові служби, агентства новин та ін.
Надання першоджерел	Книжкові магазини, бібліотеки, інформаційні служби, архіви та ін.
Бібліографічний пошук та аналітико-синтетична переробка інформації	Інформаційно-аналітичні агентства, бібліотеки, телефонні довідкові служби, агентства новин, торгово-промислові палати, інформаційні відділи фірм (банків, редакцій, ЗМІ) та ін.
Аналітико-комунікативна діяльність	Рекламні агентства, PR-студії, виставкові комплекси, бібліотеки, інформаційні служби та ін.
Аналітико-консультативна діяльність, у т. ч. маркетингові дослідження, інтернет-маркетинг, інформаційне супроводження бізнесу	Інформаційно-аналітичні агентства, консалтингові фірми, маркетингові агентства та ін.
Бібліографічні дослідження	Заклади вищої освіти, науково-дослідні інститути, наукові бібліотеки
Патентні дослідження	Патентні і юридичні служби
Розробка інформаційних систем (ІС) і програмного забезпечення (ПЗ)	Фірми-розробники ІС та ПЗ

Важливим аспектом є *форма власності* організацій, оскільки звичайно саме вона визначає умови надання послуг, а у ряді випадків і їх якість.

*Сфера впливу* організації також є важливою ознакою, оскільки побічно може свідчити про обсяг і надійність інформаційних ресурсів, що використовуються для підготовки інформаційних продуктів і послуг. Тут можна виділити:

– організації, які є представництвами міжнародних організацій (COFACE IGK Ukraine, Дан энд Бредстріт D & B; Creditreform; STN International);

– організації всеукраїнського рівня (Український інститут науково-технічної експертизи та інформації – УкрІНТЕІ, Центральна науково-технічна бібліотека – ЦНТБ, Наукова бібліотека України імені В.І. Вернадського – НБУВ);

– організації регіонального рівня (наприклад, Черкаський державний центр науки, інновацій та інформатизації, центри ділової і правової інформації, інформаційно-аналітичні центри правової та ділової інформації);

– організації низового рівня, які є структурними підрозділами будь-яких установ, наприклад, відділ довідки і інформації газет, інформаційні центри тощо).

Важливо з'ясувати, чи носить діяльність організації універсальний характер чи вона *спеціалізується* на обслуговуванні певної тематичної галузі (наприклад, в галузі науково-технічної, медичної чи правової інформації). В певній мірі про якість інформаційних продуктів і послуг, про широту їх асортименту свідчать і такі дані, як *чисельність працівників* (в інформаційних фірмах може працювати від трьох до кількох сот осіб); *період роботи на інформаційному ринку* (більшість фірм інформаційного бізнесу виникли в середині 1990-х рр. Крупні державні установи були створені ще у 1930-1940 рр., значне число бібліотек нараховують не одне сторіччя свого існування).

Вивчення діяльності різних організацій, які представляють свою продукцію на інформаційному ринку, необхідне ще й тому, що частина підготовлених ними ресурсів доступна через Інтернет. Це, наприклад, бази даних НБУВ, ЦНТБ, УкрІНТЕІ тощо.

Лідерами українського ринку ділової інформації є Рейтерс, Доу-Джонс Телерейт, Блумберг, Інтерфакс.

Згадуване інформаційне агентство «Інтерфакс-Україна» випускає 45 інформаційних продуктів з політичної і економічної тематики. Продуктова лінійка агентства постійно поповнюється новими інформаційними послугами. Укрінформ щодня публікує близько 500 інформаційних та аналітичних повідомлень українською, англійською, іспанською, німецькою, французькою, польською та японською мовами, та майже 200 оригінальних фотознімків.

Одержувачами інформації Укрінформу є владні структури, газети різних рівнів і телерадіокомпанії України, підприємства, організації, комерційні фірми,

зарубіжні споживачі. Укрінформ має службу, яка надає різноманітні довідково-інформаційні послуги.

До найбільш запитуваних видів інформації у теперішній час відноситься кон'юнктурна, комерційна (маркетингова) інформація, фінансова (платоспроможність, кредитоспроможність партнерів і конкурентів), зовнішньоекономічна (імпорт-експорт, конкурентноздатність на зовнішньому ринку, вплив на внутрішній ринок й інше), науково-технічна, статистична, правова, довідково-енциклопедична і масова (розважальна) – газети, журнали, радіо, телебачення, кіно, відео і т. д.

Компанії-виробники інформаційних продуктів використовують три основних принципи формування цін на інформаційні товари і послуги: *продуктовий, інституціональний і управлінський*. Кожна компанія визначає, наскільки унікальними є ті чи інші товари й послуги, якою є структура ринку даного продукту, платоспроможність споживачів і т. д. Так, «ЛІГАБізнесІнформ» надає своїм клієнтам широкий спектр послуг, майже до повного комплексного абонентського обслуговування бухгалтерії або юридичного відділу. Слід відмітити, що інформаційні служби часто роблять ставку на унікальність свого продукту. Однак його якість і цінність характеризуються цілим рядом властивостей: насамперед, надійністю, актуальністю, достовірністю, значимістю, корисністю, повнотою, доступністю, формою подачі і залежить від маси інших факторів. Забезпечення цих умов є запорукою успішності роботи компанії у будь-якому секторі ринку інформаційних послуг.

Багато інформаційних компаній, які працюють на комерційній основі, розміщують на своїх сторінках зразки продукції – аналітичні огляди, звіти про маркетингові дослідження, бізнес-довідки та ін. Ці матеріали можуть бути використані інформаційними службами і бібліотеками як зразки при розробці плану-макета власної продукції.

Підготовкою інформаційної продукції сьогодні займаються не лише власне інформаційні установи (наприклад, територіальні й галузеві ЦНТЕІ, інформаційно-аналітичні агентства), а й організації, для яких вона є лише побічним (вторинним) результатом основної діяльності (наприклад, серія додатків до провідних газет – «бюлетень бухгалтерських новин», відділ кадрів та інше).

В останні десятиріччя (а на Заході ще раніше) у зв'язку з упровадженням нових інформаційних технологій помітно стираються межі між послугами різних інформаційних установ. Оскільки значна частина з них використовує Інтернет,

для більшості важливою формою стає показ: музей демонструє свої експозиції, бібліотека – книжкові багатства, видавництво – продукцію, що випускається, архів – рідкісні і унікальні документи і т. д.

Можливість копіювання документів дозволяє бібліотекам і архівам не видавати документи у тимчасове користування, а надавати копії документів.

Очевидно, перетинання послуг – одна з причин взаємного інтересу і інтеграційних тенденцій в інформаційному середовищі.

Система інформаційного обслуговування трансформується у зв'язку зміною історико-культурного та соціального контексту, адаптується до впливу зовнішнього середовища за допомогою механізмів спеціалізації та універсалізації, централізації та децентралізації, концентрації ресурсів та їх диференціації, координації та кооперування окремих підсистем. Активно йде процес спеціалізації інформаційного обслуговування у зв'язку зі зростанням обсягів інформації та пов'язаною з цим спеціалізацією інформаційних служб. Так, поряд з універсальними бібліотеками (працюючими з документами будь-якої тематики та видів та будь-якими групами користувачів), існують спеціальні (організують документи певного виду, наприклад патентну інформацію, або певної галузі знання, або що спеціалізуються на обслуговуванні будь-якої групи користувачів, наприклад, наукових працівників, дітей, користувачів окремого підприємства, організації, надання будь-яких видів послуг). Те ж саме можна сказати про архіви, музеї, книгарні. Є архіви окремих установ, обласні державні архіви, міські архіви, галузеві архіви.

Поряд із музеями окремих установ (наприклад, шкільний музей), є музеї, відомі усьому світу, спеціалізовані за тематикою, видами експонатів; музеї з мистецтва, літературні музеї, краєзнавчі музеї, музеї побуту, музеї автомобілів та ін.; книгарні універсальні та спеціалізовані за тематикою, видами видань. Помітно спеціалізуються видавництва, виставкові комплекси, редакції радіо та телебачення тощо.

### **Контрольні запитання:**

1. Що таке документна, документографічна, концептографічна, бібліографічна інформація?
2. Як пов'язані між собою поняття «послуга» і «обслуговування»?
3. Назвіть основні види інформаційного обслуговування відповідно до характеру відомостей, що надаються.
4. Як визначається поняття «інформаційне обслуговування» ДСТУ 5034: 2008?



5. Що є об'єктом, суб'єктом і предметом праці в інформаційному обслуговуванні?

6. Назвіть три види інформаційного обслуговування за способом задоволення інформаційних потреб.

7. Схарактеризуйте документальне, фактографічне і концептографічне обслуговування за такими ознаками: мета; основні види створюваних вторинних документів; вид згортання інформації; сутність аналітико-синтетичного перероблення інформації.

8. Чи є синонімічними поняття «інформаційний продукт» і «інформаційна продукція»? У чому полягає відмінність?

9. Які є трактування поняття «інформаційна послуга»?

10. Назвіть види послуг, які надаються у ході бібліотечного, архівного, музейного інформаційного обслуговування.

11. Який термін вживається, коли результати інформаційно-бібліотечної діяльності набувають матеріальної, речовинної форми?

12. Схарактеризуйте споживчі вимоги до інформаційної продукції.

13. Які є властивості споживчої вартості інформаційних продуктів?

14. Що таке «документні послуги»?

15. Що таке «довідкові послуги»?

16. Що таке «навчально-консультаційні послуги»?

17. Що відноситься до матеріальних інформаційних продуктів?

18. Що таке «режим обслуговування»? Назвіть поширені режими інформаційного обслуговування.

19. Наведіть приклади простої, складної, комбінованої інформаційної продукції.

20. Схарактеризуйте типологію інформаційних продуктів і послуг, яка може бути покладена в основу складання переліку інформаційних продуктів і послуг, що надаються бібліотеками і службами інформації.

21. Схарактеризуйте властивості інформаційної послуги: релевантність та пертинентність.

22. Назвіть основні етапи, здійснювані у процесі організації інформаційного обслуговування.

23. Назвіть учасників і компоненти системи комунікації в структурі інформаційного обслуговування.

24. Хто такий користувач (інформації), споживач інформації?

25. У ході інформаційного обслуговування можлива безпосередня та опосередкована комунікація. Схарактеризуйте ці комунікації.

26. Що таке «інформаційний пошук»? Які види пошуку ви знаєте?
27. Що таке «технологія інформаційного обслуговування», «технологічний процес інформаційного обслуговування»?
28. Як розуміється навігація в інформаційному обслуговуванні?
29. Назвіть основні процедури реалізації інформаційних послуг.
30. Що таке «інформаційний запит»?
31. Які види запитів є відповідно до предмету запиту?
32. У якій формі складається запит? Що таке «пошуковий образ запиту»?
33. Які є способи уточнення інформаційного запиту з боку інформаційного працівника?
34. Які рівні пошуку реалізуються у ході реалізації послуги?
35. Які інформаційні установи здійснюють довгострокову кумулятивну функцію і трансляційну функцію?
36. Назвіть групи організацій, які діють на інформаційному ринку в якості виробників за профілем їх основної діяльності.
37. Які організації можна віднести до створювачів документів?
38. Які організації виконують функцію накопичення інформаційних ресурсів?
39. Які функції виконують організації-зберігачі інформаційних ресурсів?
40. Надайте характеристику основних напрямів інформаційного обслуговування організацій на інформаційному ринку.
41. Схарактеризуйте інформаційні організації за сферами впливу.
42. Яким чином трансформується система інформаційного обслуговування у зв'язку зміною історико-культурного та соціального контекстів?

## РОЗДІЛ 3

### МЕТОДИЧНІ АСПЕКТИ ПІДГОТОВКИ ІНФОРМАЦІЙНО-АНАЛІТИЧНИХ ПРОДУКТІВ

#### Тема 8. ІНФОРМАЦІЙНИЙ ДОКУМЕНТ ЯК ОДИН З ВИДІВ ІНФОРМАЦІЙНОЇ ПРОДУКЦІЇ

##### 8.1 Інформаційний документ як результат аналітико-синтетичної переробки інформації

Отже, одним із основних результатів інформаційної діяльності є інформаційний продукт або інформаційна продукція. Інформаційна продукція є результатом наукової обробки документної або недокументної інформації, яка є основним видом інформаційної діяльності. Базовою підсистемою наукової обробки документної інформації є аналітико-синтетична переробка інформації (документів). Як було зазначено у попередніх розділах, терміносистема включає такі поняття як:

*Аналітико-синтетична переробка інформації (та документів)* – це процеси перетворення інформації, що міститься в документі, чи сукупності їх з метою виявлення потрібних споживачеві відомостей, порівняння їх з інформаційними потребами чи запитамі споживачів та узагальнення.

*Аналітико-синтетичне опрацювання документів (АСОД), аналітико-синтетична переробка інформації (АСПІ), наукова обробка документів* – процеси перетворення формальних ознак і змісту первинних документів з метою створення вторинних документів як більш зручних для зберігання, пошуку, використання *споживачами інформації*.

Об'єкт АСОД – первинні документи, що містять безпосередню первинну інформацію про будь-які об'єкти (їх властивості, ознаки, особливості), явища, процеси, результати практичної діяльності – досліджень, вивчень, розробок, узагальнень, матеріальної, інтелектуальної продукції, творчості тощо.

АСОД полягає в тому, що з первинного документа беруть потрібні користувачам відомості про зміст і формальні ознаки і на цій основі складають вторинні документи: бібліографічні описи, анотації, реферати тощо. Результатом АСОД є поява вторинних документів, у котрих зафіксовано вторинну інформацію.

*Вторинна інформація* – інформація, створювана в процесі АСОД. При здійсненні будь-якого з видів АСОД застосовуються науковий аналіз і науковий

синтез, відповідно звідси і назва «аналітико-синтетичне опрацювання» (див. рис. 8.1).

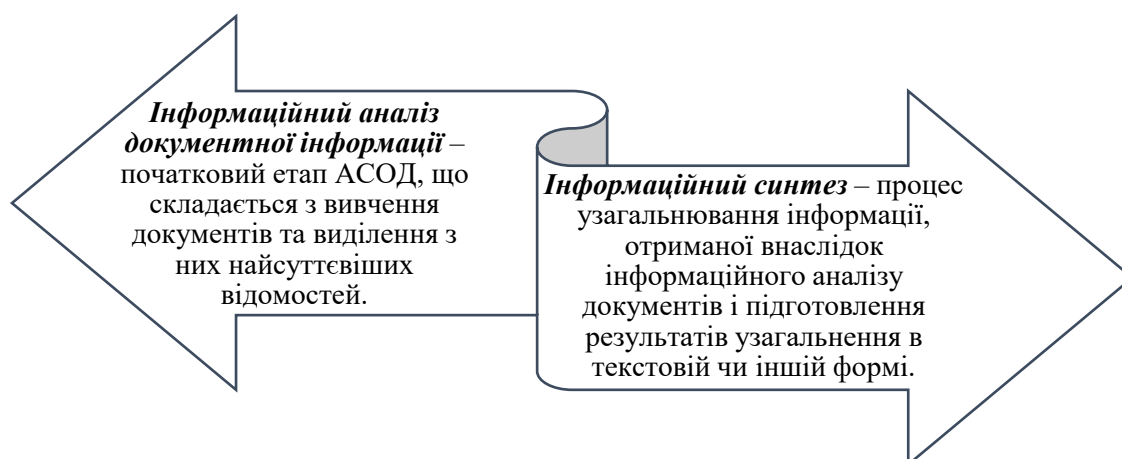


Рисунок 8.1 – Двоєдина сутність АСОД

Аналіз і синтез неподільні і здійснюються паралельно. АСОД не обмежується здійсненням аналізу і синтезу. Йому притаманне також використання методів абстрагування та узагальнення.

Метод абстрагування допомагає виділити з усіх ознак документа саме ті, що найбільш цікаві користувачам, відкинути другорядні.

Метод узагальнення забезпечує згортання інформації, яку містить первинний документ, передбачає застосування способів перетворення великих обсягів інформації у більш компактну, але досить містку форму.

Основні види АСОД – бібліографічний опис, індексування (систематизування, предметизування, координатне індексування), анотування, реферування. Також багато фахівців зараховують до АСОД: переклад наукових документів; збирання, критичне оцінювання, систематизацію й узагальнення науково-технічних даних; складання оглядів.

До процесів аналітико-синтетичної переробки відносяться такі процеси, як:

- 1) складання бібліографічного опису;
- 2) анотування;
- 3) реферування;
- 4) індексування;
- 5) науковий переклад;
- 6) складання оглядів;
- 7) вилучення з документів фактів.

Дамо визначення основних процесів аналітико-синтетичної переробки документів:

- 1) *складання бібліографічного опису* – процес стандартизованого

представлення основних даних про документ. *Бібліографічний опис* – це сукупність бібліографічних відомостей про документ, його складову частину чи групу документів, які наведені за певними правилами, необхідні та достатні для характеристики твору та визначення його відмінностей від інших, та які одержують у результаті АСПП. Завдяки бібліографічному опису можна розшукати документ за тими ознаками, які притаманні лише йому. Тобто функція ідентифікації документа за бібліографічним описом є кроком для наступної, пошукової функції, яка пов'язана з функцією вибору, оскільки сукупність відомостей, наведених у бібліографічному описі, дає уявлення про документ і тим самим допомагає вибрати той, що найбільше відповідає потребам користувача.

Центральною складовою бібліографічного опису є *бібліографічний запис* – розгорнута бібліографічна характеристика видання, твору, документального джерела, в якій бібліографічний опис доповнений тими чи іншими елементами: заголовком, анотацією чи рефератом, класифікаційними індексами, предметними рубриками, шифрами зберігання тощо;

2) *Анотування* – процес складання коротких відомостей, що характеризують документ з боку його змісту, спрямованості, цінності, призначення, оформлення і походження. Результатом є анотація, яка має відповісти на запитання: Про що йдеться в документі?). *Анотація* (від лат. «*annotatio*» – зауваження, примітка) – вторинний документ як результат АСОД, що містить коротку характеристику первинного документа щодо його змісту, форми, цільового і читацького призначення та інших особливостей; складова *бібліографічного запису*. Якщо бібліографічний опис ідентифікує документ чи його частину, то анотація ідентифікує зміст документа, вона є не формальною, а змістовою моделлю документального джерела. На відміну від реферату, анотація не переказує зміст документа, а стисло розкриває його тематику, структуру, територіальні й хронологічні межі, інші ознаки, які можуть цікавити користувачів;

3) *Реферування* – процес складання реферату, що представляє собою короткий виклад змісту документа, методики дослідження і його результатів, а також часу і місця проведення досліджень (реферат відповідає на запитання: Що містить документ?). Правила складання реферату розглянуті у розділі 9 посібника;

4) *Складання огляду* – процес згортання інформації про безліч документів; іншими словами можна сказати, що в оглядах узагальнюються відомості, що містяться в різних документах. Розрізняють три типи оглядів: Бібліографічний; реферативний (характеризується великою глибиною узагальнень); аналітичний

(результат аналізу документальних джерел та оцінки; певної інтерпретації витягнутих з них фактів; їх у свою чергу підрозділяють на підсумкові, прогностичні, огляди-обґрунтування). Правила складання оглядових документів розглядаються у розділі 10 посібника;

5) *Індексування* – це процес перетворення змістових і формальних ознак документів та інформаційних запитів засобами штучної інформаційно-пошукової мови (ІІМ) для забезпечення об'єктивного інформаційного пошуку. Розрізняють такі види індексування документів: *систематизування, предметизування, координатне індексування*. Розглянемо їх далі.

– *систематизування* передбачає відображення змісту документа за допомогою класифікаційних індексів, зафіксованих у спеціальних таблицях. *Класифікаційний індекс* – умовне позначення (літера і/або цифри), що присвоюється класифікаційному діленню. Систематизування документів лежить в основі створення систематичного каталогу переважної більшості бібліотек, а також систематичних картотек. У систематичному порядку розміщують фонди бібліотек, укладають бібліографічні посібники, обліковують придбані у фонд і видані читачам документи тощо;

– *предметизування* забезпечує відображення змісту документа в понятійній системі природної мови, що дає змогу організовувати пошук за абеткою предметних рубрик. На їх основі складають предметні каталоги і картотеки, предметні рубрики електронних каталогів та ін. *Предметна рубрика* (ПР) – результат *предметизування*, коротке формулювання факту, події, аспекту тощо, що розглядається в документі, створене на основі принципів і правил спеціально розробленої предметизаційної ІІМ. ПР – це «коротке словесне визначення предмета та/або аспекту, що характеризує зміст, призначеність і форму документа (-ів). ПР являє собою формулювання теми документа природною мовою. Наприклад: *Рослинність – Україна; Економіка – Зарубіжні країни; Україна – Історія – 17–18 ст.; Лікарські засоби, що діють на центральну нервову систему – Виготовлення*;

– *координатне індексування* документів орієнтовано на багатоаспектне вираження основного змісту документа або інформаційного запиту множиною лексичних одиниць, виражених інформативними словами або словосполученнями (ключовими словами або дескрипторами). *Дескриптор* – лексична одиниця: слово, словосполучення ІІМ, яка служить для опису основного смислового змісту документів. Ключові слова застосовують для розкриття змісту наукових публікацій, пошуку інформації в Інтернеті тощо;

б) *Науковий переклад* – це переклад текстів (наукових, технічних,

економічних та ін.) з однієї мови на іншу;

7) *Вилучення фактів з документів* – це такі факти, як характеристики, властивості об'єктів, предметів, процесів, речовин і матеріалів, демографічні характеристики та інше.

Отже, матеріалізованим результатом аналітико-синтетичної переробки документованої інформації є аналітичні огляди, зведені реферати, інформаційно-аналітичні та оглядові довідники, бібліографічні посібники та інші види інформаційних документів, підготовлених відповідно до запитів споживачів інформації. Усі ці види інформаційної продукції заведено називати інформаційними, бібліографічними, реферативними або оглядовими виданнями. Нині як узагальнений вживається термін «*інформаційне видання*». Однак це поняття охоплює лише твори друку, поліграфічно самостійно оформлені, що пройшли редакційно-видавничу обробку, із встановленими вихідними даними. На сьогодні значна частина інформаційної продукції, підготовленої інформаційними центрами та референтами-аналітиками, функціонує у «недрукованому» вигляді, отже, не має ознак видання. Об'єднальним для позначення усіх різновидів документованої інформаційної продукції, опублікованої і неопублікованої, має стати термін «*інформаційний документ*». Цей термін виражає об'єднувальну загальну суть результатів інформаційної діяльності і допомагає вирізнити особливе, одиничне кожного з них. Термін «*інформаційний документ*» об'єднує спільні риси всіх видів документної інформаційної продукції.

Основними характерними *рисами* інформаційних документів є:

цільове призначення документа – оперативне ознайомлення зацікавлених споживачів з масивом документної інформації первинного рівня;

характер інформації в інформаційному документі – це інформація з первинних документів у згорнутому узагальненому вигляді;

методика підготовки інформаційного документа – аналітико-синтетична обробка інформації, що міститься у вихідних документах.

Ці риси є характерними для всіх різновидів інформаційних документів, є їхньою суттю, що відрізняє їх від інших документів взагалі. Ця сутність незмінна щодо форми інформаційного документа – виданого друком, рукописного, електронного тощо. Усна форма передачі інформації може також базуватися на результатах аналітико-синтетичного опрацювання документів з метою інформування споживачів про ці документи (чи їхній зміст), однак, якщо її не зафіксовано, її зараховують до усного повідомлення.

АСОД здійснюється сьогодні всюди, де людина має справу з документами. Найдавнішими з інформаційних установ є бібліотеки, що містять у своїх фондах найбільший документний ресурс суспільства. Велика робота з документами ведеться в архівах. Впорядкування документів також відбувається в музеях. Теорія і практика опрацювання інформації, яка формувалася в бібліотеках, архівах і музеях протягом багатьох століть, отримала визнання в багатьох закладах документальних комунікацій. Накопичений досвід вийшов за їхні межі і почав використовуватися для формування багатьох інформаційно-пошукових систем. АСОД використовується в національній системі НТІ, в інформаційно-аналітичній діяльності видавництва, бібліографічних, видавничих та книготорговельних установ.

## **8.2 Основні види інформаційних документів: загальна характеристика**

Отже, інформаційні документи є основними видами інформаційної продукції. Інформаційний документ – це один із найпоширеніших засобів подолання труднощів на шляху доведення інформації до споживача в умовах інформатизації суспільства. Вони є результатом наукової (аналітико-синтетичної) обробки документів, здійснюваної з метою ознайомлення вчених, фахівців з новітніми вітчизняними і зарубіжними досягненнями для орієнтування споживачів у документних потоках, масивах, ресурсах і фондах, що функціонують у суспільстві, обсяги яких усе більше зростають. Інформаційні документи зараховують до групи *вторинних* документів.

*Інформаційний документ (ІД)* – це документ систематизованих або узагальнених відомостей про опубліковані чи неопубліковані дані з першоджерел, виготовлений організаціями, які здійснюють науково-інформаційну діяльність. Інформаційні документи містять систематизовані знання про первинні опубліковані і неопубліковані документи у формі описів, анотацій, рефератів на окремі документи або у формі оглядів на групи документів певної тематики чи виду (статті, книги, нормативно-технічна документація, звіти про науково-дослідні і дослідно-наукові роботи, депоновані рукописи, дисертації, ресурси Інтернет тощо).

Відмінною рисою інформаційного документа є компактність передачі змісту первинного документа. Зокрема, реферат у 40, анотація в 100, а бібліографічний опис у 250 разів компактніші від статті чи іншого документа, на які вони складаються.

Окремі риси інформаційних документів мають певні відмінності, специфічні риси. Вони відрізняються за глибиною згортання інформації, за



методами її викладу, за тим, є чи немає оціночного підходу до інформації, що обробляється, тощо. Є відмінності у цільовому призначенні інформаційного документа: він призначений лише для орієнтації в документному масиві, для прийняття управлінських рішень.

У свою чергу ІД може бути не лише вихідним, а й похідним для подальшої наукової обробки і створення документів вищого рівня згортання: огляд вторинних документів, покажчик вторинних документів, реферат, анотація, предметна рубрика, ключове слово, індекс УДК і ББК, авторський знак і т. ін.

Використання ІД дає змогу встановлювати походження і місцеперебування первинного документа, авторство і час виникнення як самого документа, так і включених до нього відомостей і фактів. Широка доступність, компактність, зручність у користуванні, стислість і, разом з тим, змістовність викладу, багатоаспектний характер роблять ІД незамінним засобом задоволення різноманітних інформаційних потреб користувачів.

До цього часу немає єдиної класифікації ІД, яка поділяла їх на види за певними ознаками. ІД як один з видів документованої інформації підлягає загальній класифікації документів, заведеної у документознавстві. У документному потоці ІД вирізняють серед інших видів документів за ознакою аналітико-синтетичної переробки інформації або за рівнем узагальнення інформації. За цією ознакою розрізняють первинні та вторинні документи. За цією ознакою ІД зараховують до *вторинних документів*.

Найпоширенішою є класифікація ІД за цільовим призначенням і характером інформації. За цією ознакою ІД поділяють на бібліографічні, реферативні, оглядові і аналітичні (табл. 8.1).

Таблиця 8.1 – Класифікація ІД за цільовим призначенням і характером інформації

Бібліографічний документ	- ІД упорядкованої сукупності бібліографічних записів
Реферативний документ	- ІД сукупності бібліографічних записів, включно з рефератами
Оглядовий документ	- ІД одного чи кількох оглядів, які відображають підсумки аналізу та узагальнення відомостей з різних джерел. Основну складову документа становить огляд – концентрований виклад змісту сукупності документів з певної теми за певний проміжок часу
Аналітичний документ	- ІД, що є результатом аналізу, синтезу й оцінювання змісту значної кількості первинних документів з певної теми (проблеми) за певний проміжок часу. Часто такі ІД називають оглядово-аналітичними.

Такий поділ ІД на види є достатньо умовним, позаяк більшість з них поєднують у собі всі методи аналітико-синтетичної обробки первинних документів.

### 8.3 Загальна методика створення інформаційного документа

Різноманітні інформаційні документи об'єднані цільовим призначенням і методикою підготовки. Загалом уже склалася певна методика підготовки інформаційних (вторинних) документів: *загальна* (для всіх видів) та *часткова* (для певного виду). Загальна методика підготовки інформаційного документа охоплює послідовні операції (див. рис. 8.2).

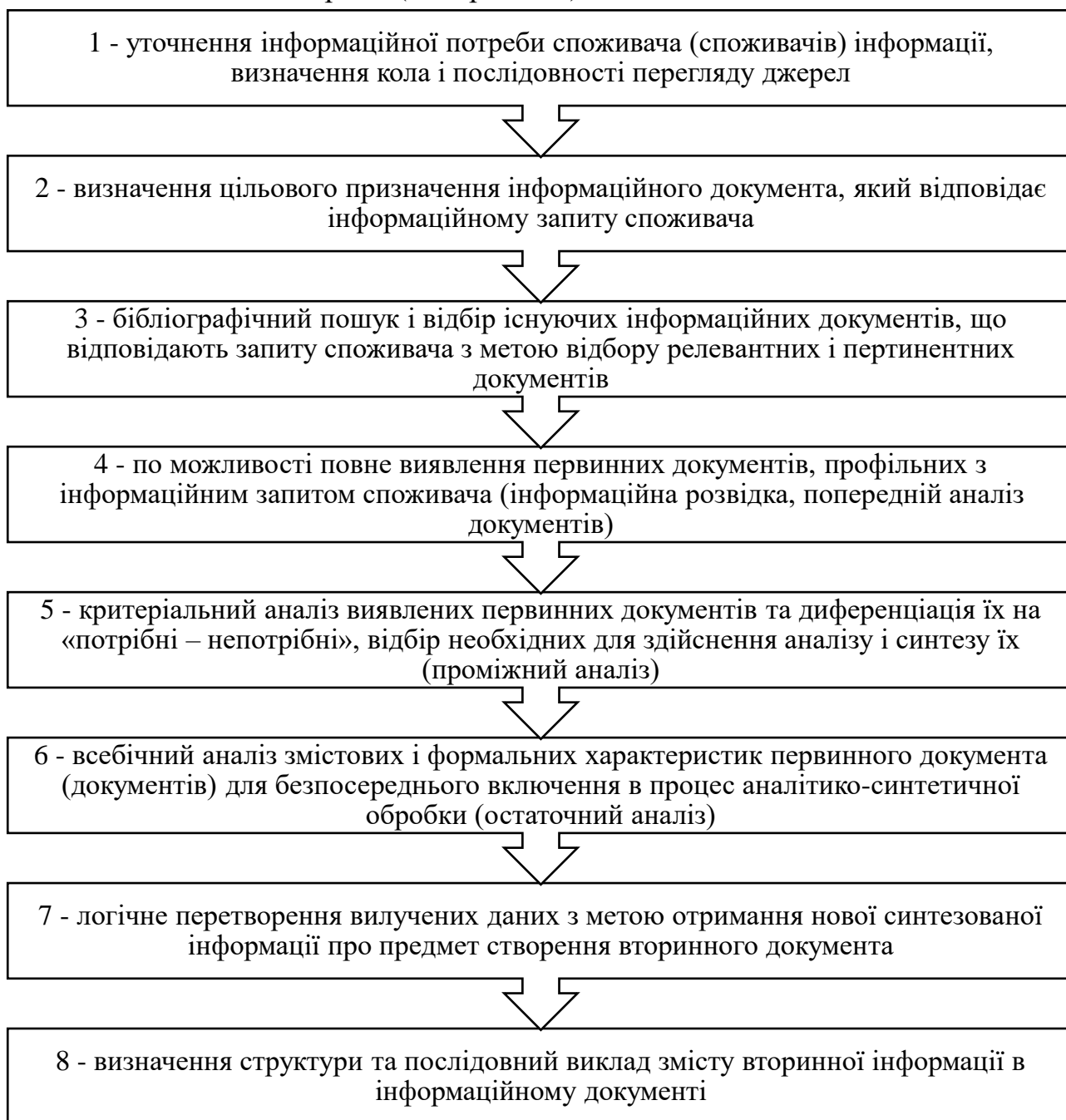


Рисунок 8.2 – Основні операції підготовки ІД

Розглянемо докладніше кожен операцію, пов'язану зі створенням інформаційного (вторинного) документа.

Вихідним для створення інформаційного документа є конкретний інформаційний запит споживача (споживачів), який відображає його потребу у вторинній інформації. Для того щоб мати повне уявлення про інформаційну потребу, створюють *особливий пошуковий образ запиту (ПОЗ)*, який поєднує: чітке словесне (вербальне) формулювання змісту інформаційної потреби, її межі (тобто діапазон тематичних характеристик, формальних аспектів), глибину запиту (історія та (або) сучасний стан розвитку теми, проблеми, науковий і (або) науково-популярний рівень її викладу в первинних документах тощо).

Кожний первинний і вторинний документ має свій конкретний набір специфічних ознак, що створюють *пошуковий образ документа (ПОД)*: певний семантичний зміст, виражений у назві і в тексті, цільове призначення й адресність, автор, рік видання, місце виходу в світ та інші характеристики. ПОД – це узагальнена програма конкретного документа, його інформаційна формула.

Відбір первинних документів для створення вторинних документів здійснюють шляхом зіставлення ПОЗ і ПОД. Результатом є вилучення первинного документа з потоку чи масиву для його всебічного аналізу та синтезу з метою включення згорнутої інформації до інформаційного документа, який містить інформацію вторинного рівня згортання.

Відповідність у системі ПОЗ  $\Leftrightarrow$  ПОД може бути частковою і повною. Показником такої відповідності є *релевантність* – смислова відповідність між інформаційним запитом і отриманим повідомленням.

Всебічне вивчення змістових і формальних характеристик первинних документів дає можливість виявити ті з них, які відповідають набору пошукових ознак інформаційної потреби. До таких основних ознак належать: *інформативність документа, новизна, плюралізм, повнота і обсяг релевантної інформації, актуальність*.

У масиві виявлених джерел відбирають, як правило, те, що містить найбільшу кількість релевантних ідей з проблеми (теми) порівняно з іншими, поданих з високою інформативною компактністю, щільністю. Основна вимога – отримати максимум інформації при мінімумі тексту, малій кількості документів, забезпечити компактність і високу інформаційну місткість вторинного документа.

У процесі семантичного (змістового) і структурного аналізу та синтезу первинної інформації утворюється нова вторинна інформація, за допомогою якої можна визначити тенденції розвитку науки, техніки і виробництва. Оціночні

фактори синтезування інформації відіграють важливу роль у вирішенні наукових і практичних завдань, визначають форму і зміст інформаційних документів. До них належать: цільове призначення, тематичні межі, рівень узагальнення, глибина згортання інформації.

*Цільове призначення інформаційного документа* визначається метою, яку ставить перед собою споживач. Інформаційні потреби споживача для вирішення конкретних завдань можуть бути різними:

- скласти уявлення про зміст первинних документів з теми (проблеми), яка його цікавить, з метою відбору цінних джерел для вивчення;
- оцінити стан і шляхи розвитку певної галузі науки або практичної діяльності з метою визначення значущості завдання, що вирішується, в колі інших проблем;
- використати в здійснюваній роботі новітні досягнення своєї та інших галузей науки, техніки, культури, мистецтва з метою підвищення ефективності створеної технології, методики, моделі тощо;
- привернути увагу до проблеми, що вивчається, з метою показу позитивних і негативних сторін здійснюваних досліджень;
- оцінити інформаційну ситуацію в конкретній галузі науки з метою визначення найперспективніших напрямів вирішення поставлених завдань;
- визначити досягнутий рівень розвитку конкретної галузі науки і техніки й порівняти з ним рівень виконаної роботи; встановити наукову значимість теорій, концепцій, гіпотез, практичних рішень з метою використання їх у вирішенні конкретного завдання;
- виявити тенденції розвитку базової і суміжних галузей науки, техніки, економіки, управління, культури і визначити оптимальні показники соціальної, економічної, технологічної ефективності запропонованих рішень.

Рівень згорнутої інформації визначають за характером інформаційної потреби споживача і вимірюють відношенням обсягу інформаційного документа до загального обсягу розглянутих першоджерел.

Загальну методику, яку застосовують для створення ІД, використовують і в процесах пізнавальної діяльності. Більшості видів ІД властиві елементи наукової, інтелектуальної праці. Однак визначальним критерієм, що дає змогу виділити ІД із сукупності інших документів-результатів науково-пізнавальної діяльності, є їхнє цільове призначення. Цільову установку створення ІД визначають тим, як вони виконують допоміжну функцію стосовно сфери, що обслуговується.

*Отже, суттєві властивості ІД дають змогу розглядати його як результат переробки вихідної інформації, що сприяє переходу її на вторинно-документальний рівень шляхом створення похідного (вторинного) документа.*

ІД звичайно має типову структуру (див. рис. 8.3):

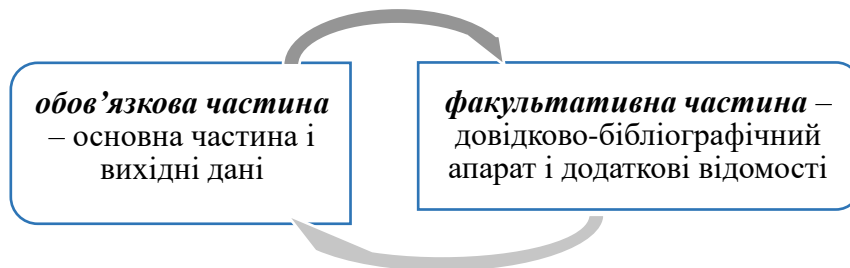


Рисунок 8.3 – Основні частини ІД

Довідково-пошуковий апарат, як правило, включає: зміст, передмову, рекомендації з використання, вступну статтю, схему класифікації, систему посилань, список використаних джерел, список скорочень, допоміжні покажчики. У передмові викладають завдання і вказується вид документа, його цільове призначення, принципи відбору і групування інформації, періодичність видання, відомості про довідково-пошуковий апарат, правила використання, порядок поширення й отримання первинних документів або їхніх копій. Схема та індекси класифікації УДК і ББК, предметні рубрики, система посилань допомагають зорієнтуватися у вторинному документі. Список використаних джерел наводять у кінці документа.

#### **Контрольні запитання:**

1. Чому аналітико-синтетичну переробку інформації (документів) називають базовою підсистемою наукової обробки документної інформації?
2. Що є об'єктом аналітико-синтетичної обробки документів (АСОД)? Що є результатом АСОД?
3. Що таке «аналіз» та «інформаційний синтез»?
4. Назвіть основні види АСОД.
5. Дайте визначення основних процесів аналітико-синтетичної переробки документів.
6. Які розрізняють види індексування документів?
7. Що є матеріалізованим результатом аналітико-синтетичної переробки документованої інформації?
8. Яка відмінність між «інформаційним документом» і «інформаційним виданням»?
9. Назвіть характерні риси інформаційних документів.

10. Як трактується термін «інформаційний документ» (ІД)? Чому він відноситься до вторинного документа?

11. Надайте характеристику видів ІД за цільовим призначенням і характером інформації: бібліографічні, реферативні, оглядові, аналітичні.

12. Що таке «пошуковий образ документа»?

13. Як здійснюють відбір первинних документів для створення вторинних документів?

14. Назвіть основні операції підготовки ІД.

15. Що може вважатися цільовим призначенням ІД?

16. Які дві частини виділяють в ІД?

17. Що включає довідково-пошуковий апарат ІД?

## Тема 9. МЕТОДИКА ПІДГОТОВКИ ОКРЕМИХ ВИДІВ ІНФОРМАЦІЙНО-АНАЛІТИЧНИХ ДОКУМЕНТІВ

### 9.1 Аналітичні документи як вид вторинних документів

*Аналітичні документи* вважаються найдосконалішим видом вторинних документів в силу того, що вони повно і кваліфіковано висвітлюють не окремі першоджерела, а конкретну тему в згорнутому і узагальненому вигляді. Довгий час аналітичні документи зараховували до оглядових, об'єднуючи в групу оглядово-аналітичних документів. У зв'язку зі зростаючою суспільною потребою в аналітичній інформації, специфікою складання, розмаїттям аналітичних документів, їх доцільно розглядати як самостійний вид вторинного документа. Нині немає загальноприйнятої класифікації аналітичних документів. На підставі глибини аналізу змісту першоджерела Н. Кушнарєнко і В. Удалова виділяють такі види аналітичних документів як: *огляд стану питання, критичні, аналітичні, прогностичні огляди, аналітичні довідки, довідники, рейтинги, інформаційні звіти про діяльність, тематичні підбірки, дайджести, прес-релізи* і т. ін.

Аналітичний документ охоплює два основних функціональних розділи: інформаційний та безпосередньо аналітичний, які, залежно від характеру дослідження, можуть бути рівнозначними або асиметричними за обсягом. Автори вважають, що ці розділи, безперечно, мають власну специфіку, яка визначає їх змістовий склад, а також форму подання матеріалу та особливості відповідних лінгвістичних конструкцій. Зокрема, інформаційний блок переважно орієнтований на відображення релевантних для дослідження відомостей. Ці дані мають різноманітну природу та способи подання (наприклад, як опис основних характеристик ситуації, хронологія подій, статистика, результати застосування аналітичних методик тощо), їх можна представити як текстову інформацію або у вигляді таблиць, графіків, схем. Проте головною умовою оформлення інформаційного розділу є акцент на фактологію та мінімізацію інтерпретації фактів. Відповідно, аналітичний розділ проєкту переважно містить логічні міркування при зіставленні різних фактів, пояснення явищ і їхніх взаємозв'язків, а також загальні висновки та прогнози розвитку ситуації. Змістові розходження між інформаційним та аналітичним розділами проявляються у стилістичних особливостях викладу матеріалу, а також можуть визначати послідовність їх введення у структуру єдиного підсумкового аналітичного документа. Роль інформаційного розділу визначається залежно від цілей і завдань дослідження. Водночас загальноприйнятим у підготовці

підсумкових документів є певне звуження його рамок у проєкті порівняно з аналітичним розділом. У деяких посібниках докладно характеризують такі види аналітичних документів:

*Аналітична записка.* Це детальний аналіз проблеми, висновки та, у разі потреби, практичні рекомендації. Визначальним є термін підготовки – важливо, щоб після його закінчення інформація не втратила актуальності.

До створення аналітичної записки доцільно залучати максимальну кількість матеріалів, навіть тих, які раніше вже використовувалися. Обсяг зазвичай дорівнює 5-10 сторінкам. Іноді аналітична записка може бути підготовлена у формі ризиків – специфічного аналізу (здебільшого короткострокового) основних загроз розвитку геополітичної та гео економічної ситуацій.

*Аналітичний звіт.* Відрізняється від аналітичної записки більшим обсягом, який становить 20-30 сторінок. Крім того, до нього часто додають різноманітні таблиці, діаграми, схеми тощо. Значну увагу приділяють висновкам та рекомендаціям, які охоплюють майже 1/4 частини тексту. Поширеною практикою у багатьох країнах є публічна презентація звіту, наприклад, перед командою замовника тощо. У такому випадку окремо готують резюме обсягом 1-2 сторінки.

*Оглядова записка.* Під час її складання інформація з документів, що використовуються, зазвичай подається у вигляді прямих цитат (допускається їх скорочення з відповідними застереженнями). На відміну від аналітичної записки висновки та рекомендації не робляться. Крім того, дані з оглядової записки можуть потребувати додаткової, глибшої перевірки. Цей документ здебільшого використовують для аналізу публікацій у ЗМІ з певного питання. Обсяг може коливатися в межах 5-20 сторінок.

*Довідка.* Найпоширеніший вид аналітичної документації – короткий огляд окремого аспекту конкретної події (інформація статистичного та іншого характеру), що також може стосуватися політичних, державних та громадських діячів, питань функціонування політичних структур тощо. Обсяг довідки зазвичай невеликий – не більше 2-3 сторінок.

Як зазначають автори, у випадку, якщо аналітичний документ за розмірами суттєво переважає описані вище види, доцільно поділити його на дві окремі частини. В аналітичній записці на 4-5 сторінках подати основні оцінки, висновки та прогнози розвитку проблемної ситуації. Базову інформацію, статистичні дані тощо викласти в розгорнутому документі, який замовник може використати у разі потреби для детальнішого заглиблення у проблему. Автори наголошують,



що складання будь-якого аналітичного документа має відповідати принципам, головними серед яких є:

- орієнтація на потреби замовника;
- формулювання головних аспектів проблеми, що розглядається;
- розташування на пріоритетному місці основних висновків із проблеми;
- матеріал має бути структурованим та логічно викладеним, при цьому рекомендовано використовувати чіткі, зрозумілі фрази, намагатися уникати бюрократичного жаргону.

Основні правила підготовки аналітичних документів:

- назва має відображати сутність і зміст документа і бути достатньо короткою і зрозумілою;
- мова викладу – проста, зрозуміла (без спеціальної й професійної лексики);
- пропозиції короткі, без складної структури;
- матеріал чітко структурований;
- якщо є можливість, текст має бути візуалізованим.

Залежно від мети проведених робіт кінцевою формою документа може бути:

- періодичний огляд подій (дайджест новин);
- інформаційна записка з проблеми;
- аналітичний огляд із теми;
- звіт чи доповідь із конкретного питання.

*Періодичний огляд подій (дайджест)* – це стислий виклад найцікавіших подій за певний період із певної тематики.

*Аналітичний огляд* – це вторинний синтезований текст, в якому приводиться зведена аналітична оцінка з певного питання чи проблеми, яка ґрунтується на використанні науково-технічної інформації, отриманої з профільних інформаційних першоджерел за певний проміжок часу (ретроспективні межі).

*Доповідь на певну тему* – повноцінне дослідження з окресленої замовником теми. Вона має містити:

- короткий виклад результату дослідження;
- рекомендації з використання ситуації в інтересах замовника;
- узагальнення інформації – виклад найсуттєвіших відомостей, на підставі яких зроблено висновки;
- джерела і надійність інформації – звідки вона отримана та результати оцінки її достовірності;

– основні й альтернативні гіпотези – виклад можливих варіантів трактування зібраних даних; вказівку на те, якої інформації не вистачає для однозначних висновків.

Слід дотримуватись загальних принципів складання аналітичних документів: суворі побудова, точність формулювань, стислість, ясність і зрозумілість викладу матеріалу, знання запитів споживачів інформації.

У фаховому середовищі широко відомо «правило п'яти сторінок», в якому зазначено, що при поданні висновків на вищій рівень управлінської ієрархії організації обсяг аналітичної довідки має становити не більше п'яти сторінок. На практиці нерідко ці п'ять сторінок йдуть разом із додатком, який містить необхідні цифрові факти, графіки і моделі, що представляють досліджувані параметри, більш розгорнуто демонструють опрацьовані дані.

Науковці вважають, що аналітичний документ має містити:

- найменування організації-виконавця;
- повну й чітку назва документа, відповідно до стилю організації;
- дату виконання, прізвище відповідального особи (якщо передбачає стиль організації-виконавця);

- зміст, що відображає логіку викладу (ієрархічне упорядкування із застосуванням відступів, при значному обсязі документа – понад 100 сторінок – може бути використаний прийом «подвійного заголовку»: короткий наводять на початку, а розгорнутий – в кінці);

- стислий вступ до проблеми – формулювання загальної проблемної ситуації – не більше 2-3 абзаців або 2/3 сторінки;

- розкриття структури проблеми через її складові частини – кризові точки – і їх коротка сутнісна характеристика;

- пропонувані шляхи вирішення проблеми на рівні концептуальних підходів і базових показників, що відображають обсяги витрат, ефективність тощо;

- короткий висновок – вимоги до обсягу ті самі, що і до вступу.

Часто зміст роблять стислим і розміщують на одній сторінці зі вступом. Виходить майже сім сторінок, – на думку автора, цього обсягу достатньо для пояснення суті найважливішої інформації.

Як бачимо, єдиних вимог до методики створення аналітичних документів сьогодні не існує, оскільки їх форма, зміст, кількість сторінок та навіть назва залежать від таких факторів, як уподобання замовника, специфіка документа

(проблеми, яку необхідно вирішити), вимог організації, наявності часу, повноти первинної інформації тощо.

При створенні аналітичного документа дослідник (аналітик) має дотримуватись загальних принципів: точність формулювань, стислість, ясність і зрозумілість викладу матеріалу, знання запитів замовників інформації.

У сучасних умовах швидкоплинності всіх процесів і явищ та постійного браку часу існує постійна тенденція «мінімізації» обсягу та кількості сторінок аналітичного документа.

## **9.2 Вимоги до розробки аналітичної довідки і аналітичної записки**

В управлінській, науковій та інших видах діяльності часто виникає потреба у складанні аналітичних довідок.

Під *аналітичною довідкою* розуміють систематизовані, узагальнені і критично оцінені відомості з проблеми з зазначенням тенденцій і усіх важливих характеристик. Складається аналітична довідка на основі наукового аналізу відомостей, отриманих із ряду джерел, матеріалів, досьє, фактографічних картотек та інших джерел.

*Аналітична довідка* – це підготовка і видача документа, який містить короткі систематизовані дані з ключових аспектів наукових проблем, рекомендації щодо їх рішення. Під час складання аналітичної довідки отримуються дані, аналізуються і порівнюються цифрові дані, узагальнюється отримана інформація, а також здійснюється прогнозування і моделювання ситуації. Таким чином, аналітична довідка містить проаналізовані і синтезовані відомості в текстовій або табличній формі.

Аналітичні довідки містять інформацію з питання або проблеми, яка вимагає рішення. Звичайно аналітичні довідки мають значний обсяг тексту. Текст звичайно поділяється на три частини. У першій частині викладається підстава для складання, у другій – аналіз ситуації чи питання, у третій – висновки і пропозиції.

Наприклад, аналітична довідка про проведення наукових, соціологічних та інших досліджень виявляється основним підсумковим документом описових і аналітичних досліджень. Вона значна за обсягом і має свою структуру: вступ, основну частину, заключну частину.

У вступі обґрунтовується необхідність проведення дослідження, причини використання тих чи інших методів збирання, обробки та аналізу інформації, описується мета, завдання дослідження, його об'єкт та предмет. Дається

характеристика проблемної ситуації, методи збору, обробки і аналізу інформації, обговорюється вибіркова сукупність.

Таким чином, вступна частина практично повторює основні розділи програми дослідження. Основна частина включає аналіз одержаної інформації. Тут здійснюється групування, порівняння, співставлення результатів, наводяться таблиці, графіки. Весь цифровий матеріал аналізується, в результаті чого виявляються закономірності функціонування тих чи інших процесів та явищ.

У заключній частині наводяться основні висновки та шляхи розв'язання існуючих проблем, які в свою чергу подаються у вигляді конкретних рекомендацій по впровадженню результатів дослідження в практику роботи.

У традиційному довідково-бібліографічному обслуговуванні «шлях довідки», на думку І.Г. Моргенштерна, складається з чотирьох етапів:

1. Приймання і аналіз запитів.
2. Підбір і аналіз джерел.
3. Пошук у джерелах.
4. Оформлення, видача і реєстрація довідки.

Хоча аналітичні довідки виконуються бібліотеками та іншими інформаційними службами досить тривалий час, технологія підготовки довідок розроблена не досить повно. Тому виявлення технології підготовки аналітичних довідок є досить актуальним. Розглянемо основні етапи підготовки аналітичної довідки, наведені у таблиці 9.1.

Таблиця 9.1 – Технологічна схема підготовки аналітичної довідки

№	Найменування технологічної операції	Результат
1.	Приймання запиту по телефону або в усній формі	Заповнення граф журналу «Вихідні документи»: № пп, дата надходження запиту, формулювання запиту, дані про користувача
2.	Уточнення запиту (структурно-семантичний аналіз теми)	Предмет, аспекти пошуку інформації: ключові слова, дескриптори
3.	Знайомство з темою	Список ключових слів
4.	Розробка і затвердження програми пошуку інформації	Список джерел пошуку інформації
5.	Пошук інформації відповідно з програмою	Масив бібліографічних описів документів
6.	Оформлення вимог для одержання документів із фонду	Вимога користувача
7.	Доставка вимог і документів з відділу книгосховища	Масив первинних документів

№	Найменування технологічної операції	Результат
8.	Перегляд документів, відбір фрагментів тексту, виявлення фактографічних відомостей	Неструктурований масив даних
9.	Систематизація відібраних відомостей	Структурований масив даних
10.	Складання тексту аналітичної довідки	Текст аналітичної довідки
11.	Редагування	Редактура
12.	Комп'ютерний набір тексту	Файл
13.	Копіювання	Копія
14.	Оповіднення замовника	Телефонний контакт, лист
15.	Видача довідки	Довідка
16.	Облік довідки	Записи у графі журналу «Вихідні документи»: короткий зміст відповіді, дата виконання, відповідальна особа
17.	Організація зворотного зв'язку	Усна форма

Як видно з таблиці 9.1, процес виконання аналітичної довідки розпочинається з приймання запиту в усній формі чи по телефону.

Формулювання користувачем запиту часто відбувається на основі його суб'єктивних уявлень про тему. Тому тему запиту необхідно уточнити. Від цього нерідко залежить успішне задоволення запиту. При уточненні запиту тема може бути конкретизована: звужена або розширена. При уточненні запиту виділяються предмет і аспекти пошуку інформації, визначаються ключові слова, їх синоніми і основні терміни теми. Після уточнення запиту відбувається детальне вивчення теми, суті проблеми. Результатом цієї операції є список ключових слів з теми.

Наступною технологічною операцією є розробка і затвердження програми пошуку інформації. При цьому відбувається визначення кордонів, предметного поля пошуку інформації. Визначаються види джерел пошуку інформації. Відбувається виділення бібліографічних джерел інформації. Остаточо визначається послідовність їхнього перегляду. В якості результату надається повний список джерел пошуку інформації.

Після розробки і затвердження програми пошуку інформації починається безпосередній пошук інформації відповідно до програми пошуку. Пошук доцільно розпочинати з видань енциклопедичного універсального і галузевого характеру і з пошуку інформації у фактографічних базах даних. Потім ведеться

бібліографічний пошук, який може здійснюватися по наступних джерелах: ретроспективні бібліографічні покажчики; поточні бібліографічні покажчики; алфавітний каталог; систематичні каталоги і картотеки; електронний каталог; бібліографічна база даних та інші.

Результатом цієї операції є масив бібліографічних описів документів, складений відповідно до ДСТУ 8302:2015 «Інформація та документація. Бібліографічне посилання. Загальні положення та правила складання».

Потім відбувається перегляд документів, відбір фрагментів тексту і фактографічних відомостей з книг, журналів, а також статистичних і інформаційних звітів. Отримані відомості систематизуються, після чого складається текст аналітичної довідки і здійснюється її редагування.

*Аналітична записка* розробляється виключно за запитом замовника та відповідно до узгодженого технічного завдання (яке може розробляти будь-яка із сторін).

Об'єктом дослідження аналітичної записки є окрема проблема (економічна, виробнича, технологічна, комерційна, екологічна, правова, ринкова, інвестиційна, регулятивна) або аспект проблеми, які вимагають аналізу, оцінки ситуації та пошуку рішень щодо системного вирішення такої проблеми.

Аналітична записка є обов'язковою складовою управлінського (правового, виробничого, технологічного, екологічного, інвестиційного, комерційного, регулятивного) рішення окремої проблеми або її аспекту в рамках підприємства, установи, міністерства, асоціації тощо.

Виклад інформації в аналітичній записці здійснюється логічно та послідовно, без повторів та алогізмів. У разі використання нетипової термінології або ж іноземних слів, приводиться їх тлумачення або ж переклад. Основна вимога – максимально об'єктивний та незаангажований виклад інформації.

Аналітична записка є коротким аналітичним резюме з окремої проблеми та містить коротку характеристику проблеми, невелику, проте обґрунтовану доказову базу щодо ключових аспектів проблеми, виклад шляхів (сценаріїв) вирішення проблеми, прогнозну оцінку щодо можливості реалізації кожного сценарію, заключну аналітичну оцінку щодо оптимального сценарію вирішення (розв'язання) проблеми.

Аналітична записка поєднує в межах окремих розділів інформаційну та аналітичну частини (аналітичні викладки, судження, проміжні висновки) при домінуванні останньої.

Структура аналітичної записки включає: вступ (загальна характеристика проблеми та необхідність її вирішення), основну частину (основні складові проблеми та передумови, які спричинили її виникнення, аналітична оцінка стану проблеми, можливі сценарії вирішення, обґрунтування щодо оптимального сценарію), заключну частину (ситуативна та прогнозна оцінка трансформації проблеми, пропозиції щодо оптимального алгоритму вирішення проблеми, можливі ризики та застереження).

Інформаційну базу для розробки аналітичної записки складають: статистичні бази усіх рівнів, друквані та електронні інформаційні ресурси інституту, інформаційні ресурси мережі Інтернет, комунікативна інформація (опитування, цільові запити, спілкування тощо), сформовані табличні та графічні дані. Інформаційні ресурси повинні включати максимально широкий спектр профільних наукових, науково-технічних та науково-виробничих видань.

В аналітичній записці приводяться внутрішні текстові бібліографічні посилання на інформаційні джерела (розміщуються в тексті документу в круглих дужках), підрядкові посилання на інформаційні джерела (у вигляді примітки в нижній частині сторінки) або ж наприкінці тексту в окремому розділі («Використані інформаційні джерела», «Бібліографічні посилання на інформаційні джерела»).

Бібліографічні посилання на інформаційні джерела здійснюються відповідно до ДСТУ 8302:2015 «Інформація та документація. Бібліографічне посилання. Загальні положення та правила складання».

Внутрішньотекстові посилання на інформаційні джерела здійснюються в обов'язковому порядку при використанні статистичних, цінових, табличних даних або ж важливих для розкриття проблеми фактографічних даних.

Аналітична записка, як правило, не є публічним аналітичним документом і використовується замовником для внутрішньої діяльності та прийняття рішення щодо вирішення тієї або іншої проблеми, досить часто вона є базовим документом, який додається до службової записки, яка подається на ім'я керівника підприємства (міністерства, відомства, установи).

### **9.3 Методика складання дайджесту**

Форма надавання матеріалу у вигляді дайджесту сучасна і актуальна. Вона дозволяє з мінімальними витратами часу познайомитися як з останніми новинками теми, яка вивчається, так і з усім масивом документів.

*Дайджест* (від лат. *digest* – коротке викладення) – це фрагменти текстів багатьох документів (цитати, витримки, конспекти, рідше реферати), підібрані за

певною темою, не забезпеченою узагальненими публікаціями, і які знаходяться у сфері інтересів реальних або потенційних читачів.

Кожний фрагмент, вилучений з тексту, супроводжується посиланням на описання документа в цілому.

Дайджести створюються тоді, коли виникають нові напрямки в дослідженнях і розробках з актуальних проблем науки і суспільного життя, при підвищеній і стійкій зацікавленості різних груп користувачів, але коли при цьому немає узагальнюючих праць.

Досягнення поставленої мети вимагає вирішення наступних завдань:

1. Знайомство зі змістом первинного документа.
2. Виявлення у тексті документа основних напрямків теми.
3. Вибір відповідно до заданого переліку тем, необхідних для включення в дайджест.
4. Складання дайджесту на основі обраних фрагментів з тексту первинного документа.

*Об'єкти для складання дайджесту:*

1. Організації, установи, громадські об'єднання, партії (наприклад, публікації, присвячені власній фірмі або діяльності будь-якого кола організацій в цілому, наприклад, публікації, присвячені бібліотекам).
2. Персоналія.
3. Географічний об'єкт (район, місто, регіон, країна).
4. Вид діяльності.
5. Товари, продукти, послуги, матеріали, обладнання.

*Структура дайджесту:*

1. Титульний аркуш.
2. Зміст.
3. Передмова (від укладача).
4. Основний текст, звичайно розбитий на розділи, підрозділи, параграфи.
5. Список використаної літератури.
6. Додатки (ілюстрований матеріал – таблиці, графіки, діаграми, що розкривають основний текст).
7. Словник основних термінів (за необхідності).

У якості основного метода перетворення інформації використовується *екстрагування*, тобто вилучення з документа найбільш цінних у смисловому відношенні цитат.



Також при складанні дайджестів використовується методика нормалізованого згортання, в результаті якого змінюється фізичний обсяг документа, але при цьому інформативність його не зменшується.

*Структура дайджесту.* Структура дайджесту має наступний вигляд:

1. Титульний аркуш.
2. Зміст.
3. Передмова (від укладача).
4. Основний текст, звичайно розбитий на розділи, підрозділи, параграфи.
5. Список використаної літератури.
6. Додатки (ілюстрований матеріал – таблиці, графіки, діаграми, що розкривають основний текст).
7. Словник основних термінів (за необхідності).

Розглянемо основні етапи складання дайджесту (див. табл.9.2).

Таблиця 9.2 – Основні етапи складання дайджесту

Етап	Завдання етапу	Основні операції, характеристики
<i>Підготовчий етап</i>		
1. Розробка плану-проспекту	План-проспект – основний документ, який визначає напрямки роботи над дайджестом. У ньому викладається докладний зміст майбутнього дайджесту. Це – «мініатюра» основного видання. Головне завдання етапу – встановлення цільового і читацького призначення.	Встановити цільове (для чого) і читацьке (для кого) призначення майбутнього дайджесту. Зазвичай враховують вік, загальноосвітню і спеціальну підготовку читачів. Можна використовувати професійну діяльність читачів, їх посадовий статус. Основні групи споживачів бібліографічної інформації: <ul style="list-style-type: none"> <li>- керівники усіх рангів;</li> <li>- спеціалісти у різних галузях народного господарства, науки, культури (лікарі, економісти, викладачі та ін.);</li> <li>- підприємці;</li> <li>- студенти закладів вищої і фахової передвищої освіти, середніх і спеціальних навчальних закладів та шкіл.</li> </ul>
	Обрати і вивчити тему	Тема вивчається з точки зору новизни, актуальності, інтересу до неї читачів, забезпеченості літературою. Тему можна розглядати з усіх або кількох сторін, охоплювати або не захоплювати суміжні галузі знань, розглядати питання лише в теоретичному, практичному або історичному аспекті
	Визначити вид, тип і жанр	У плані-проспекті слід визначити види видань, які будуть включені. Це можуть бути книги, журнальні статті та інші види друкованої та недрукованої продукції.

Етап	Завдання етапу	Основні операції, характеристики
	Визначити обсяги, терміни складання посібника	Укладач дайджесту у плані-проспекті зазначає кількість сторінок майбутнього видання і терміни, в які воно буде підготовлене
	Обрати оформлення	Обирається спосіб друку видання – типографський або «власними силами», питання зовнішнього і внутрішнього оформлення (обкладинка, оправа, внутрішнє оформлення, ілюстративний матеріал)
<i>Основний етап</i>		
2. Розробка плану	План – складений у певному порядку перелік розділів і питань, які мають бути відображені у дайджесті	
3. Виявлення творів друку і бібліографічний пошук	Завдання етапу – встановити наявність у бібліотеці літератури за даною темою, а також матеріалів, відсутніх в даній бібліотеці.	Укладач досліджує різні джерела: каталоги, картотеки, відповідні розділи фонду, бібліографічні видання, бази даних, довідково-пошукові системи, Інтернет, рукописні матеріали та ін.
4. Вивчення друкованих джерел	Завдання – встановлення відповідності виявлених творів темі дайджесту	Здійснюється шляхом переглядання.
5. Бібліографічне групування	Завдання – вибір оптимальної структури (побудови), тобто формування майбутнього дайджесту	<p>5.1. Одиницею групування є – фрагменти текстів (або цитати). Кожний фрагмент, вилучений з тексту, супроводжується посиланням на опис документа в цілому.</p> <p>5.2. Вибір оптимальної побудови основних ділень – розділів, підрозділів та більш дрібних ділень, порядку їх слідування один за одним. Потім – оформлення заголовків до кожного, порядок їх слідування.</p> <p>Групування матеріалу може бути:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- тематичним;</li> <li>- хронологічним (часова закономірність);</li> <li>- логічним (внутрішня закономірність) – від окремого до загального або від загального до окремого.</li> </ul> <p>Копії фрагментів документів вирізують, складають (склеюють) у потрібному порядку.</p>
<i>Заключний етап</i>		

Етап	Завдання етапу	Основні операції, характеристики
6. Підготовка тексту передмови та інших допоміжних елементів	Завдання – розкрити читачам замисел укладача, допомогти вільно орієнтуватися у дайджесті	<p>6.1. <i>Передмова</i> – тут дається характеристика цільового і читацького призначення дайджесту, наводяться дані про відображену у ньому літературу, роз’яснюється загальний принцип побудови дайджесту, перераховуються допоміжні покажчики. Оцінюється актуальність, сучасність тематики дайджесту. Визначається новизна, тобто що нового, раніше невідомого, укладачі привнесли у досліджувану тему.</p> <p>6.2. <i>Додатки</i> – ілюстративний матеріал: фотографії, фотокопії обкладинок або титульних аркушів видань, портрети діячів науки, культури, мистецтв та ін., таблиці, графіки, карти у краєзнавчих посібниках.</p>
		<p>6.3. <i>Словник основних термінів</i> (за необхідності).</p> <p>6.4. Дайджест може містити допоміжні покажчики:</p> <p><i>Предметний покажчик</i> – перелік розташованих в алфавітному порядку предметних рубрик з посиланнями на відповідні сторінки. Наявність предметного покажчика значно підвищує інформативність видання;</p> <p><i>Іменний покажчик</i> – містить відомості про укладачів, редакторів та інших осіб. Наприклад: «Столяров Ю., доктор пед. наук, професор, фундатор документології»;</p> <p><i>Покажчик географічних назв</i> – практикується у краєзнавчих дайджестах. Перелік понять доцільно супроводжувати характеристиками (море, ріка, населений пункт та ін.);</p> <p><i>Список прийнятих умовних скорочень</i> – к.п.н. – кандидат педагогічних наук; УАН – Українська академія наук; МОНУ – Міністерство освіти і науки України та ін.</p>
7. Редагування дайджесту	Редагування усіх текстів	Усунення допущених помилок і стилістичних недоліків.
8. Зовнішнє оформлення дайджесту	Завдання – прийняти остаточне рішення щодо оформлення дайджесту	На обкладинці можна зазначити лише заголовок посібника, а на титульному аркуші – повне найменування організації, що випускає дайджест, прізвище та ініціали укладача, заголовок дайджесту, місце і рік видання.

Етап	Завдання етапу	Основні операції, характеристики
		<p>Текст друкується через 1-1,5 інтервал. Кегль – 12. Береги: правий, нижній – 10 мм, лівий, верхній – 20 мм.</p> <p>Розділи і підрозділи повинні мати заголовки. Підпункти, як правило, заголовків не мають. Відстань між назвами розділів і текстом дорівнює 2-м інтервалам.</p> <p>Сторінки нумерують арабськими цифрами, номер проставляється, як правило, у центрі нижньої частини сторінки без крапки. Титульний аркуш також включають у загальну нумерацію сторінок, номер сторінки на ньому не проставляється.</p> <p>Для набору різних структурних частин посібника (передмови, основного тексту, допоміжних покажчиків та ін.) можна застосовувати шрифти різних розмірів. Різні шрифти використовуються для заголовків розділів, підрозділів і підпунктів</p>

## 9.4 Методика складання реферату

### 9.4.1 Сутність реферування. Види рефератів, структура і складання реферату

Одним з найпоширеніших видів НІД є *реферування*. Витоки практичної реферативної діяльності, як відомо, зародилися й набули розвитку в бібліотечно-бібліографічній практиці. У межах цих дисциплін розглянуто й поняття реферування. Характерно, що при цьому увагу приділено не стільки зовнішнім особливостям документа, який підлягає обробці, але, головним чином, змісту документа, його основним даним і висновкам.

*Реферування* – це інтелектуальний творчий процес, що потребує осмислення, аналітико-синтетичної переробки інформації та створення нового документа – *реферату*, котрий має специфічну мовно-стилістичну форму.

Методика реферування полягає у послідовному здійсненні операцій, пов'язаних з оцінкою, відбором, аналізом і узагальненням відомостей, які містяться у первинному джерелі. Процес реферування базується на виконанні цих логічних операцій. Однією з основних специфічних особливостей, на яку необхідно зважати у ході складання реферату, є його повна змістова та деяка формальна залежність від первинного документа. У такому розумінні реферат слід розглядати як інформаційну модель реферованого документа.

Суть реферування – в зіставленні, порівнянні нової інформації з тією, що вже засвоєна та використовується в суспільній діяльності. Це завдання

реферативних видань не відокремлюється від попереднього – сигнального (бібліографічного) інформування, на основі та у разі реалізації якого реферування і може бути ефективним та цілеспрямованим.

Реферування – найтипівіший процес інформаційного аналізу, пов'язаного з вивченням і обробкою документів з метою вилучення із них найсуттєвіших відомостей та (або) їх узагальнення. Такий аналіз – складний логічний процес, елементами якого є відбір і опис, оцінка, систематизація та узагальнення фактографічної інформації, що може проводити тільки інформатор-фахівець з відповідної сфери суспільної діяльності: вчений, інженер, мистецтвознавець, літературознавець та ін. Насправді – це наукове вивчення змісту першоджерела інформації, доволі непростий творчий процес.

Реферуванням називається і сам процес інформаційної діяльності, і логічний метод досягнення поставленої мети. Завдяки логічній переробці документальної інформації маємо інформаційне повідомлення, що й називають рефератом. Тому слід цілком погодитися з визначенням наведеним у термінологічному словнику з інформаційної теорії та практики, згідно з яким *«реферування – процес аналізу первинного документа й складання реферату»*.

У системі наукової комунікації реферат є основною інформаційно-комунікативною одиницею, що зумовлено його споживчими властивостями:

- серед усіх видів вторинних інформаційних документів реферат відрізняється найбільшою інформативністю в розкритті змісту першоджерела;

- використання реферату для пошуку поточної або ретроспективної інформації дає змогу зекономити до 90% часу, необхідного в разі звернення до первинних документів;

- форма подання інформації у вигляді реферату зручніша для тривалого зберігання у фондах довідково-інформаційних служб й ПС, полегшує та прискорює підготовку інформаційних видань і створення інформаційних масивів – БД рефератів (на їх підґрунті в подальшому можливе створення БД повнотекстових електронних документів);

- у деяких випадках реферат може замінити першоджерело (коли необхідна користувачеві інформація стосується не основної теми роботи, а суміжних питань, або коли первинний документ недоступний унаслідок мовного або організаційного бар'єрів).

Значне число дефініцій поняття «реферат», яка існує у сучасній літературі з теорії та практики реферування, зумовлена комплексним характером завдань, поставлених під час дослідження даного виду інформаційних документів. Семантична повнота цих визначень залежить від кількості найважливіших ознак,

що використовують автори для розкриття змісту поняття «реферат». До них відносяться такі ознаки, як обсяг, семантична відповідність первинному документу, структура реферату та його текстової частини, функціональна спрямованість стилю викладання тощо.

З приводу виникнення терміну «реферат» існують різні точки зору. Є думка, що реферат («referat») походить від слова «refferere», тобто повідомляти, доповідати. За іншою – термін «реферат» («abstract») був розповсюджений в англійській літературі у середні віки (VII-XI ст.) від «abstractus» в значенні «to draw away» – виведений, виключений.

У «Тлумачному словнику української мови» дається таке визначення: *Реферат* (від лат. Referrate – доповідати, повідомляти):

1) короткий усний або письмовий виклад наукової праці, результатів наукового дослідження, змісту книги, статті та ін.;

2) доповідь на будь-яку тему, написана, зроблена на основі критичного огляду літературних та інших джерел.

Історія існування реферату як інформаційного документа налічує понад три століття. Реферативні журнали були однією з найперших форм інформаційних видань і протягом останнього сторіччя набули значного поширення серед даного виду посібників. А реферат і анотація є одними з найважливіших засобів комунікації, які функціонують самостійно в окремих системах (науково-технічної інформації, бібліотек з їх довідково-інформаційними фондами, видавництва та ін.) та водночас виконують роль зв'язку під час передачі інформації від однієї системи до іншої.

Центральне положення реферату в системі наукової комунікації не похитнулося й після широкого впровадження в інформаційну технологію засобів обчислювальної техніки. Реферат міцно зайняв місце основного уніфікованого опису первинного документа в автоматизованих пошукових системах.

Реферат – це багатофункціональний вторинний документ. Він виконує безліч функцій: інформативну та науково-комунікативну, прогностичну, довідкову і адресну, індексування й індикативну. Відповідно до завдань реферат може надавати необхідну систематизовану фактографічну інформацію, оцінювати, узагальнювати, синтезувати її, рекомендувати найбільш нові, цінні та корисні повідомлення для конкретного користувача.

Особливу роль відіграє *інформативна функція*. З усіх вторинних документів саме реферат розкриває зміст первинного документа найповніше, у цілісному, узагальненому вигляді. Вивчення першоджерел із залученням рефератів суттєво економить час.

Реферати, вміщені у деяких інформаційних виданнях, можуть замінити первинні документи. Досить часто користувачі обмежуються ознайомленням з рефератами, якщо необхідна їм інформація стосується суміжних питань, а документ-оригінал, недоступний внаслідок мовного або організаційного бар'єрів. За цих умов реферат являє собою засіб розповсюдження інформації про нові досягнення зарубіжної науки й техніки. У такий спосіб реалізується науково-комунікативна функція реферату.

Якщо реферуванням охоплені основний потік документів певної галузі науки чи техніки за значний проміжок часу, то реферати слугують підґрунтям для вирішення завдань прогнозування подальшого розвитку цієї галузі.

Реферат можна розглядати і як ІПС, одержувати за його допомогою необхідні довідки. Користуючись рефератами, абонент здійснює пошук довідкової та фактографічної інформації. Разом з тим, реферат виконує функцію пошукового образу документа, що дозволяє широко використовувати його в ІПС із залученням сучасних технічних засобів.

Наявність у рефераті точного бібліографічного опису документа забезпечує виконання рефератом *адресної функції*, без чого неможливий документальний інформаційний пошук. Такий пошук, як правило, пов'язаний з переглядом рефератів, представлених у певному зібранні (реферативний журнал – РЖ, картотека тощо). Особливо важливу роль відіграє РЖ, оскільки містить реферати первинних документів, де б ці документи не знаходилися, і завдяки цьому дозволяє користувачам ознайомитися з великою кількістю не тільки вітчизняних, а й зарубіжних джерел.

Реферати, які друкуються в РЖ, виконують також *сигнальну функцію*, оскільки повідомляють про вихід у світ і наявність первинного документа. Для НІД особливо важливо, щоб реферати готувалися та були отримані користувачем перш ніж вийдуть з друку первинні документи.

Ще одна функція реферату – *можливість індексування змісту первинних документів* без використання текстів першоджерел. Така методика у 2-4 рази скорочує витрати часу й праці на проведення цієї роботи.

Для того щоб реферат ефективно *ніс пошукову функцію*, його зміст повинен адекватно відбивати суть первинного документа. Відображенням цієї вимоги є *індикативність* реферату. Здійснюючи *індикативну функцію*, він вказує на наявність відповідного документа, характеризує окремі елементи змісту та висвітлює бібліографічні дані.

Залежно від змістовних і формальних характеристик, від цільової і адресної спрямованості реферати прийнятому ділити на *інформативні* і *індикативні*.

*Інформативний реферат* найповніше розкриває зміст документа, передає важливі фактичні та теоретичні відомості. Інформативність реферату досягається внаслідок скороченого викладення змісту першоджерела. У такому рефераті має бути вказано предмет дослідження та мету роботи, вміщено дані про метод і умови дослідження, висвітлено результати та пропозиції автора щодо їх застосування, наведено основні характеристики нових технологічних процесів, технічних виробів, нову інформацію про відомі явища, предмети та ін. Послідовність викладу матеріалу виступає як головна вимога, що висувається до такого реферату. Інформативний реферат може виконувати увесь комплекс притаманних рефератам функцій. Таким чином, інформативний реферат містить фактографічну інформацію, тобто слугує джерелом відомостей про наукові факти.

*Індикативний реферат* містить відомості тільки про найважливіші аспекти змісту первинного документа та його інформаційний зміст. Індикативність передбачає узагальнене подання матеріалу відповідно до конкретної функції вторинного документа та характеру тексту, що аналізується. При цьому вирішальним є не послідовність викладення матеріалу (як це передбачено в інформативному рефераті), а логіка бібліографічного задуму. Вона полягає у виділенні найголовнішого та найактуальнішого в документі. У такому рефераті немає детальної фактографічної інформації, практичних і теоретичних результатів, висновків. Його основне цільове призначення – привернути увагу користувача до наукового документа й сприяти вирішенню питання щодо необхідності його використання, тобто виконати завдання представлення документа.

Індикативний реферат характеризує зміст, інформаційне наповнення первинного документа. На відміну від анотації, у ньому розглянуто ті змістові аспекти, які заслуговують на реферування, тобто містять нові, корисні відомості. Реферат характеризує ступінь їх розробки, новизни, корисності, повноти (докладності) висвітлення у першоджерелі. Той факт, що індикативний реферат має у своїй структурі елементи анотації, зайвий раз вказує на діалектичну взаємозалежність та взаємообумовленість у розвитку та функціонуванні різних документальних джерел інформації, які у сукупності становлять собою єдину систему.

У результаті аналітико-синтетичної переробки інформації можуть бути підготовлені реферати, які містять інформацію, яка стосується одного джерела (всього або певної його частини) або декількох джерел. Це дозволяє виділити такі реферати як монографічний, зведений, аспектний, фрагментний:



- Монографічний реферат* → Реферат, який складений на основі аналітико-синтетичної переробки інформації, що міститься в одному первинному документі. Іноді такий реферат називають одноджерельним.
- Зведений реферат* → Реферат, який містить відомості з ряду первинних документів з одної теми, викладені у вигляді зв'язного тексту. Зведені реферати звичайно публікують у реферативних збірниках і експрес-інформації.
- Аспектний реферат* → Реферат, складений на основі аналітико-синтетичної переробки інформації, яка відноситься не до всього первинного документа, а лише до одного або кількох змістовних аспектів. Іноді його називають предметно- або проблемно-орієнтованому рефераті. Якщо при цьому відбір інформації здійснюється не з одного, а з ряду першоджерел, одержують зведений аспектний реферат.
- Фрагментний реферат* → Реферат, складений за одним чи кількома структурними елементами (розділами, частинами, главами) первинного документа, який має великий обсяг і містить різнопрофільну інформацію

У реферативних виданнях поширення набув термін *фактографічний (інформативний) реферат* – конспективний переклад змісту документа. Таке конспектування – найперша, описова ступінь наукового аналізу документальної інформації, одна з форм реферативно-сигнального аналізу. Вона відповідає більше завданням пошуку, накопичення та збереження соціальної інформації.

Існують й інші аспекти класифікування рефератів. Зокрема, це такі ознаки: орієнтованість на користувача інформації (цільовий і загальний реферати); формалізація структури тексту (текстовий і бланковий реферати, останній може бути анкетним або табличним); виявлення укладача (автор, референт, машина).

Для задоволення певних, конкретних інформаційних запитів складається *цільовий* реферат. Такі реферати мають чітку читацьку адресу і придатні для використання у системі диференційованого розподілення інформації.

*Загальний* реферат складається з урахуванням відображення у ньому основних відомостей з первинного документа і адресується тому ж колу користувачів, для яких призначено першоджерело.

Середній обсяг реферату – 850 друкованих знаків. Однак у практиці науково-інформаційної діяльності склалися дещо інші підходи до визначення обсягу реферату. Зокрема, дуже часто, визначаючи доцільний обсяг реферату, спеціалісти орієнтуються на вид первинного джерела інформації. Так, якщо об'єктом реферування є коротка замітка чи повідомлення, то обсяг реферату не повинен перевищувати 500 друкованих знаків. Якщо ж першоджерело – стаття у виданні або патентний документ, то обсяг реферату не повинен перевищувати 1000 друкованих знаків. Для первинних документів, великих за обсягом, наприклад, наукових монографій, максимальний обсяг реферату 2500 друкованих знаків. При дотриманні цих норм реферат вважається *коротким*.

*Розширеним* вважається реферат, обсяг якого перевищує наведені вище кількісні параметри. Іншими словами, обсяг реферату не лімітований. Практика показує, що він може складати 10-15%, або 1/8 обсягу першоджерела.

*Анкетний* реферат являє собою відповідь на заздалегідь сформульовані запитання. Роль запитань грають: в одних випадках змістовні аспекти, в інших – запити користувачів інформації.

Деякі фахівці називають такі види рефератів як реферат-резюме і реферат-огляд. Реферат-резюме (його ще іноді називають рефератом-конспектом) складається за одним джерелом, а реферат-огляд – за кількома джерелами, присвяченими одній темі.

Відмінність реферату-резюме від анотації полягає в тому, що в рефераті відображаються композиція джерела і наявність ілюстративного матеріалу. Змістовна ж відмінність між ними полягає в тому, що реферат-резюме містить конкретні відомості, висновки, ідеї автора. У цьому відношенні реферат-резюме наближається до конспекту, однак відрізняється від нього більшим лаконізмом, оскільки включає лише узагальнені і переважно нові, оригінальні ідеї, концепції, висновки автора первинного документа.

Абсолютна більшість рефератів має текстову форму. *Текстовим* вважається й такий реферат, у якому, поряд зі зв'язним текстом, маються ілюстрації, таблиці, формули, оскільки текст становить основу такого реферату.

Як специфічний жанр наукової інформації реферат багато в чому залежить від документа, який реферується. Проте у його структурі звичайно виділяються три основні частини:

- заголовок;
- текст реферату;
- довідковий апарат.

Заголовок реферату включає у першу чергу бібліографічний опис джерела, яке реферується. Якщо ж реферується література на іноземних мовах, то на початку дається короткий переклад заголовка, а потім бібліографічний опис мовою оригіналу. У зведених рефератах спочатку наводиться назва даного реферату, після чого йде перелік бібліографічних описів джерел, які реферуються. Причому, послідовність їх розташування може базуватися на основі хронологічного або алфавітного принципу.

Сам *текст* реферату містить науково значиму інформацію, одержану шляхом аналітико-синтетичної переробки інформації документа, який реферується. У тексті використовуються цитати, формули, таблиці і ілюстрації. У ньому даються відомості про автора джерела, яке реферується (науковий ступінь, місце роботи та ін.), наводиться структура і особливості першоджерела, документальна база дослідження, відмічається актуальність і степінь новизни роботи, яка реферується, викладаються концептуальні погляди автора.

*Довідковий апарат* реферату звичайно включає відомості, які додатково характеризують першоджерело:

- індекс УДК;
- шифр або номер реферату;
- дані про кількість ілюстрацій і таблиць у документі, який реферується; про наявність у ньому бібліографії;
- посилання і примітки референта;
- прізвище референта або назву організації, яка складала реферат.

Проблема структури реферату тісно пов'язана з особливостями складання реферату, які практично зводяться до наступних етапів (див. рис. 9.1):



Рисунок 9.1 – Основні етапи складання реферату

## 9.4.2 Інформативний реферат

*Інформативний реферат* складається з наступних частин:

– бібліографічний опис (назва документа, заголовок; прізвище і ініціали автора; назва видання (наприклад, журналу), рік, том, номер або дата випуску, сторінки, мова публікації;

– текст реферату;

– додаткові відомості (адреса організації автора в круглих дужках; відомості про кількість ілюстрацій, таблиць і бібліографії; перша літера імені і повне прізвище референта – особи, що складала реферат).

Текст реферату пишеться (друкується) з абзацу і починається з викладу суті проблеми, розглянутої в праці, яка реферується.

Текст реферату повинен складатися за певним *планом*:

1. Тема, предмет (об'єкт), характер, особливості і ціль роботи;
2. Метод або методологію проведення роботи;
3. Конкретні результати, отримані в роботі (теоретичні або експериментальні), виявлені взаємозв'язки й закономірності.
4. Висновки, рекомендації, оцінка, пропозиції, описані в першоджерелі.
5. Галузь застосування і можливості промислового й наукового прикладення результатів роботи, які відзначені автором.

Виклад ведеться за ступенем важливості відібраних відомостей. Спочатку в концентрованій формі викладається суть питання, далі наводяться необхідні фактичні дані. Заміна конкретних (числових) даних загальними фразами в рефераті не допускається.

Середній обсяг для інформативних рефератів становить приблизно *1000 друкованих знаків*.

Отже, при складанні інформативного реферату потрібно дотримуватися наступного *алгоритму*:

а) передивитися текст з метою одержання загального уявлення про текст у цілому.

б) виділити абзаци, що містять конкретну інформацію з теми статті, методу проведення роботи, результату роботи, застосуванню в конкретній області.

в) скоротити малоістотну інформацію в цих абзацах по кожному пункту.

г) написати узагальнену основну інформацію у формі реферату відповідно до плану його написання: тема, метод, результати, висновки, застосування.

## 9.4.3 Реферат-резюме

Реферат-резюме має наступну структуру:

- автор, назва, вихідні дані документа;
- тема документа. Зазначається загальна тема джерела. При цьому використовуються такі вирази: «*Праця (публікація) присвячена... (темі, питанню, проблемі)*»;
- зазначається, зі скількох і яких структурних частин складається праця. При цьому використовуються наступні вирази: «*Праця (публікація) складається з (включає в собі, містить)... (трьох розділів і т. п.)*»;
- основний зміст. Тут викладаються конкретні результати або висновки автора відповідно до структури праці. Використовуються наступні вислови: «*У вступі зазначається відмічається), що...*»; «*У першому розділі висвітлюється...*»; «*Автор зауважує (зазначає, робить висновок), що...*»; «*Другий розділ присвячений (містить)...*»; «*На думку автора, ...*»; «*У висновках зазначається, відмічається, що...*», і т. п.
- наявність ілюстративного матеріалу. Зазначається наявність ілюстрацій, рисунків, таблиць, інших наочних матеріалів. Використовуються вирази типу: «*Свої міркування автор ілюструє конкретними фактами і прикладами, наводить малюнки, фотографії, таблиці...*» і т. п.
- адресат. Зазначається, кому призначений реферат. Використовуються наступні вирази: «*Праця (стаття, публікація...) призначена для спеціалістів у галузі...*», «*...представляє інтерес для ...*» і т. п.

#### **9.4.4 Методика формалізованого складання реферату-екстракту**

Пропонована нижче методика формалізованого складання *реферату-екстракту* розрахована на роботу з первинними документами при підготовці доповідей і виступів, тез, статей, оглядів. Також може бути використана при написанні курсових і кваліфікаційних робіт.

Формалізована методика лежить в основі ряду технологічних процесів, які виконуються у бібліотеках і службах інформації (наукова обробка документів, довідково-бібліографічне обслуговування та ін.), застосовується і при виробництві комплексу інформаційно-бібліотечних продуктів та послуг.

У якості об'єктів реферування виступають наукові, науково-технічні статті, розділи монографій тощо.

Метою формалізованої методики реферування є алгоритмізація дій людини при аналізі тексту наукового документа для виявлення його основного смислового змісту. Досягнення поставленої мети вимагає вирішення таких завдань:

- аналіз структури первинного документа;

– виявлення у тексті документа аспектів змісту на основі формальних текстових ознак;

– вибір відповідно до заданого переліку тих аспектів змісту, які підлягають включенню в реферат-екстракт (дайджест);

– складання реферату на основі вибраних із тексту первинного документа аспектів змісту.

У якості вихідного продукту при реферуванні виступають тексти наукових документів, які мають низку *особливостей*:

*1 – специфічний стиль викладення* (науковий), до основних рис якого відносяться:

- логічна послідовність викладення;
- об'єктивність викладення;
- смислова точність (однозначність, термінологічність);
- беземоціональність;
- узагальненість.

*2 – чітка структурованість наукових текстів.* Як правило, у тексті будь-якого наукового документа можна виділити три семантичних блоки:

- вступ;
- основна частина;
- висновок.

Кожний з цих блоків ділиться на дрібніші текстові фрагменти – аспекти змісту. Аспект змісту – відносно самостійна частина тексту, для якої характерна смислова єдність. Перелік аспектів змісту, які входять до складу кожного семантичного блоку, наводиться у табл. 9.3.

*3 – «клішованість» наукової мови.* Незалежно від галузі знання, до якої відноситься первинний документ, у структурі наукових текстів виділяються формальні текстові ознаки – стійкі словесні звороти, свого роду словесні «кліше», штампи, які дозволяють розрізняти окремі аспекти змісту у тексті, вислідити розвиток авторської думки у тексті. До числа текстових ознак відносяться:

– *маркери* – характеристичні слова або словосполучення, які однозначно визначають той чи інший аспект змісту. Кожний аспект володіє своїм специфічним набором маркерів, причому у текстах різних областей знання маркери одних і тих самих аспектів не мають суттєвих відмінностей. Задати повний список маркерів для кожного аспекту змісту неможливо в силу багатства природної мови, її варіативності. Примірний перелік, який містить основні типи

конструкцій маркерів для кожного з найчастіше зустрічаємих у текстах наукових документів аспектів змісту, наводяться у табл. 9.3.

Таблиця 9.3 –Аспекти змісту і маркери

Аспект змісту	Маркер аспекту
<b>СЕМАНТИЧНИЙ БЛОК 1 – «ВСТУП»</b>	
<i>Актуальність проблеми</i>	Однією з актуальних проблем... у теперішній час є... Значної важливості набирають питання... Особливе значення набуває питання... Соціальна значимість теми визначається... Поміж проблем, пов'язаних з..., особливу увагу в останні роки приваблює питання про... У зв'язку з... велике значення набула проблема... Інтерес до проблеми... обумовлений...
<i>Відомий варіант рішення</i>	Відомо, що...
	Відомі способи...
	Широке застосування отримали...
	Проблемі присвячено значне число публікацій [1-5]
	Питанню... відводиться значне місце у працях [6-9]
	В останні роки даній проблемі приділялася значна увага у таких працях, як [14-18]
Висвітлення проблеми.. знайшло відображення у монографіях [9-11]; у ряді статей [12-18]; дисертацій [3-5]	
<i>Переваги відомого варіанту рішення</i>	Запропонований у [19] метод вигідно різниться від..., дозволяючи підвищити..., покращити..., усунути...
	До числа переваг описаного у монографії [7] підходу слід віднести...
	Перевагою запропонованого В.П. Дубовим [9] способу є...
	Концепція..., сформована колективом авторів монографії [3], дозволяє..., відкриває можливості...
<i>Недоліки відомого варіанту рішення</i>	Недоліком відомих способів... є...
	Використання... пов'язане з серйозними труднощами

Аспект змісту	Маркер аспекту
	Висока трудомісткість ... не дозволяє..., не дає можливості...
	Однак, незважаючи на..., існують перешкоди..
	Поряд з перевагами запропонований авторами праці [8] підхід має наступні недоліки...
	Проте запропоноване у [4] рішення не дозволяє..., не дає можливості...
	Однак підхід до вирішення питання про..., описаний у [11], не дає відповіді на..., необґрунтовано звужує можливості...
	Запропонований у [17] спосіб... обмежує..., негативно позначається на...
<i>Цільова настанова</i>	Мета даної статті...
	Метою даної публікації є...
	Мета даної праці полягає у...
	До завдання даної публікації входить...
	Дана праця має на меті...
	До числа основних завдань дослідження відносяться...
	Основне завдання монографії –
<b>СЕМАНТИЧНИЙ БЛОК 2 – «ОСНОВНА ЧАСТИНА»</b>	
<i>Опис запропонованого варіанту рішення чи предмету розгляду</i>	Пропонована ...форма... базується на...
	Пропонується такий метод..., при якому...
	Нижче пропонується один з методів...
	Запропонований підхід ґрунтується на...
<i>Особливість (новизна) запропонованого варіанту рішення</i>	Особливість запропонованого способу... полягає у...
	Особливістю... є...
	Відмітна риса запропонованого нами метода ... полягає у...
	Характерною ознакою, що відрізняє наш спосіб..., є...
	Новизна запропонованого підходу полягає у...
	Новизна проявляється в...
	Принципова відмінність і новизна запропонованої нами моделі полягає у ...



Аспект змісту	Маркер аспекту
<i>Призначення предмету розгляду</i>	... використовуються для ...
	... призначений для ...
	... слугує для...
	... може бути використаний у якості...
	...можливе його використання як...
<i>Мета дослідження</i>	У МДУ розроблений..
	Співробітниками УкрІНТЕІ запропоновано...
	У КДУ ведеться дослідження..
	на базі школи-гімназії № 3 м. Харкова проведено...
<i>Технічні засоби, обладнання</i>	Система реалізована на ЕОМ...
	У ході дослідження використовувалася наступна апаратура...
	Технічною базою системи послугувала мережа ЕОМ...
	Для... застосовувалося обладнання, яке включало...
	З метою... було використано апарат...
<i>Метод дослідження</i>	У даній роботі використовується метод...
	Дослідження передбачало комплексне використання таких методів, як...
	Для... використовувалося інтерв'ю...
	Поєднання спостереження і тестування дозволило...
	Застосування таких методів, як..., надало можливість...
	До складу методів, що забезпечили проведення даної НДР, входили...
	...застосовувалася методика...
	... метод ґрунтується на...
<i>Експериментальна перевірка</i>	Експеримент продемонстрував, що...
	Експеримент проводився в...
	Мета експерименту –
	Наші експерименти довели, що...
	Дослідним шляхом доведено...
	Досліди підтвердили, що...
	Випробування проводились...

Аспект змісту	Маркер аспекту
	Серія випробовувань дозволила встановити...
<i>Приклади</i>	Наприклад..
	Розглянемо на прикладі...
	Наведемо приклад...
	Звернемося до прикладу...
	Цей приклад підтверджує, що...
	Даний приклад дає підстави говорити...
<i>Математичний апарат</i>	Скористаємося формулою... (наявність математичних символів)
	Розрахунки показують, що...
	Виходячи з формули...
<i>Наочне представлення інформації</i>	Див. рис.:
	Див. табл. (графік, схему...)
	На рис. 1 наочно видно
	Дані, наведені у табл. 6, дозволяють стверджувати, що...
	Графік демонструє залежність...
	На схемі наочно відображено...
<b>СЕМАНТИЧНИЙ БЛОК 3 «ВИСНОВОК»</b>	
<i>Результати</i>	Результати засвідчили наступне...
	Результати... виявилися наступні...
	З одержаних результатів видно, що...
	Основні результати дослідження полягають у наступному...
	Головним результатом проведеного аналізу слід вважати...
	Одержані результати... дозволяють стверджувати, що...
<i>Висновки</i>	Отже, можна зробити висновок, що...
	Проведені дослідження дозволяють зробити висновок про...
	Отже, підводячи підсумки, можна констатувати наступне:...
	У підсумку зазначимо, що...

Аспект змісту	Маркер аспекту
	Резюмуючи попередні міркування, можна сказати...
	Підводячи підсумки нашого аналізу, слід відмітити...
	З усього сказаного слідує висновок про..
	Таким чином, можна зробити висновок...
	Отже, ми доходимо висновку...
	...робота дозволяє зробити висновок, що...
<i>Переваги запропонованого варіанту рішення</i>	Отже, переваги полягають у...
	Аналіз засвідчив переваги методу...
	Пропонований спосіб дозволяє підвищити..., прискорити..., знизити...
<i>Рекомендації</i>	Система може бути рекомендована для...
	Як..., так і... може бути рекомендовано для...
	Цей метод може бути рекомендований для...
	...може знайти застосування для...

– *індикатори* – стійкі словесні звороти, які характеризують послідовність викладення змісту, акцентують увагу читача на окремих фрагментах тексту. На відміну від маркерів індикатори не прив’язані жорстко до конкретного аспекту змісту, а є свого роду покажчиками розвитку авторської думки у тексті. Можна виділити наступні види індикаторів:

- 1) індикатори, які формулюють тему документа, характеризують послідовність викладення того, що буде йти мова в документі:
  - «Дана стаття присвячена...»;
  - «Нижче описується (наводиться, характеризується)...»;
  - «Надалі буде розглянуто питання про...»;
  - «Розглянемо...»;
  - «Звернемося до...»
- 2) індикатори результатного характеру:
  - «Отже, ...»;
  - «Таким чином, ...»
- 3) індикатори, які акцентують увагу читача на найважливіших твердженнях, положеннях тексту:
  - «Суттєвим є...»;
  - «Важливо зазначити, що...»;
  - «Слід підкреслити, що...»

*Методи перетворення інформації при реферуванні.* У якості основного методу використовується формалізоване екстрагування.

*Екстрагування* – це вилучення, «витягування» з первинного документа найбільш цінних у смисловому розумінні фрагментів тексту.

Сутність використовуваного методу полягає в тому, що при реферуванні наукових текстів наперед задаються деякі формальні правила, які регламентують діяльність людини при складанні реферату. *Формальні правила* зводяться до наступного:

- визначається набір відомостей (аспектів змісту), які слід обов’язково включити до складу реферату;
- наводиться перелік формальних текстових ознак (маркерів і індикаторів), які дозволяють виділити задані в структурі реферату аспекти змісту;
- задаються правила редагування вилучених з первинного документа речень, які підлягають включенню в реферат.

Технологія формалізованого реферування включає виконання наступних операцій (див. рис. 9.2).

Результатом використання формалізованої методики реферування є складання *реферату-екстракту* – вторинного документа, отриманого шляхом вилучення з тексту первинного документа найбільш важливих у смисловому відношенні речень, які мають формальні текстові ознаки.

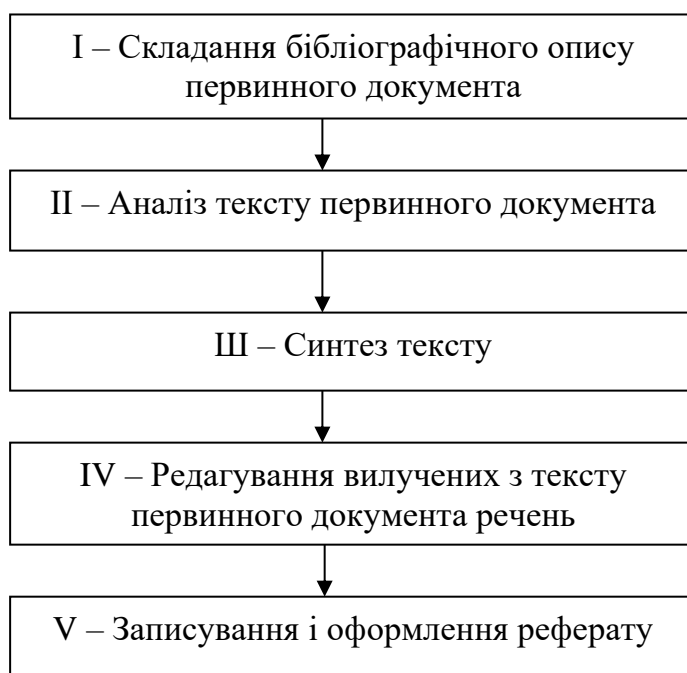


Рисунок 9.2 – Основні операції реферування

Розглянемо послідовність виконання окремих технологічних операцій:

*I – Складання бібліографічного опису первинного документа*

Бібліографічне описання первинного документа складається відповідно до вимог ДСТУ 8302:2015 «Інформація та документація. Бібліографічне посилання. Загальні положення та правила складання».

### *II – Аналіз тексту первинного документа*

Реферування передбачає читання усього первинного документа.

Користуючись таблицею «Аспект-маркер» (див. табл. 9.3), визначити кордони семантичних блоків у тексті первинного документа.

На основі таблиці 9.3 виділити у тексті документа усі наявні аспекти змісту.

### *III – Синтез тексту*

Користуючись списком аспектів, які підлягають обов'язковому включенню в реферат-екстракт, потрібно визначити речення, які ввійдуть до складу вторинного документа.

При об'єднанні у одне ціле виявленої у ході аналізу первинного документа інформації використати основні способи реферативного викладення тексту:

- *цитування*, тобто дослівне відтворення фрагментів первинного тексту;
- *перепарфразовування*, яке передбачає часткове змінювання (скорочення, об'єднання, заміну, групування і т. п. процедури) окремих фрагментів тексту первинного документа при збереженні основного смислу.

### *IV – Редагування вилучених з тексту первинного документа речень*

Відредагувати вилучені з тексту первинного документа речення, які підлягають включенню в реферат-екстракт, з метою досягнення смислової цілісності і зв'язності тексту реферату, зменшення його обсягу. У ході редагування використовуються операції:

- *заміщення* – процес заміни одного фрагмента тексту (речення у цілому, його частини, словосполучення або слова) іншим в опорному маркірованому реченні.

Заміщення забезпечує ясність і зрозумілість реферату. Дана операція використовується у випадках, коли включене у реферат маркіроване речення містить слова на зразок «ці», «такі», «подібний», «вищенаведений», «розглянутий раніше» і т. п., значення яких слід обов'язково розкрити, інакше реферат буде незрозумілим читачу, викликаючи запитання: «Хто?», «Який?» та інші. У цьому випадку виконується операція «крок назад»: у тексті первинного документа відшукується фрагмент, за допомогою якого і здійснюється необхідна заміна у рефераті.

Розглянутий прийом використовується і у тому випадку, якщо маркіроване речення, включене у реферат-екстракт, містить аббревіатуру, смисл якої може бути незрозумілий читачеві.

- *випущення* – пропуск слова або словосполучення без шкоди для смислового змісту реферату.

Основна мета операції випущення – досягнення лаконічності. Пропуску підлягають відомості аргументуючого, пояснюючого характеру, які роз'яснюють і ілюструють основні положення первинного документа.

Звичайно у ході редагування вилучених з первинного документа маркірованих речень пропуску підлягають слова типу «дана стаття», «дана робота», «отже», «таким чином», «наприклад», «зокрема», «у тому числі», «при цьому» і т. п.

Операція випущення при редагуванні часто використовується одночасно з операцією заміщення.

- *сполучання* – операція, при якій два або кілька речень, які містять схожі (тотожні) елементи, накладаються один на одного, утворюючи скорочену конструкцію, де схожі компоненти вживаються лише один раз.

Приклади редагування речень, вилучених з тексту первинного документа, наведені у таблиці 9.4.

Таблиця 9.4 – Використання операцій випущення, заміщення і сполучання при редагуванні речень, які підлягають включенню у реферат-екстракт

Речення, включені в реферат-екстракт	
Неправильно	Правильно
<b>ЗАМІЩЕННЯ</b>	
<i>Проаналізуємо досвід роботи з базами даних УкрІНТЕІ</i>	<i>Аналізується досвід роботи з базами даних УкрІНТЕІ</i>
<i>Методика розрахована на відпрацювання навичок керування літаком при СМУ</i>	<i>Методика розрахована на відпрацювання навичок керування літаком при складних метеорологічних умовах</i>
<b>ВИПУЩЕННЯ</b>	
<i>У даній роботі пропонується кількісний метод оцінки інформативності наукових документів</i>	<i>Пропонується кількісний метод оцінки інформативності наукових документів</i>
<i>Таким чином, експеримент, описаний в даній статті, показав, що більше половини інформації, яка міститься в наукових книгах, не можна виявити через обмежені пошукові можливості каталогів</i>	<i>Експеримент показав, що більше половини інформації, яка міститься в наукових книгах, не можна виявити через обмежені пошукові можливості каталогів</i>
<b>ЗАМІЩЕННЯ + ВИПУЩЕННЯ</b>	

<b>Речення, включені в реферат-екстракт</b>	
<i>Нами будуть розглянуті роль і місце персональних ЕОМ в інформаційно-бібліотечній технології</i>	<i>Розглядається роль і місце персональних ЕОМ в інформаційно-бібліотечній технології</i>
<b>СПОЛУЧАННЯ</b>	
<i>Зроблена спроба оцінити творчу активність працівників НДІ. При цьому у якості показника використовувалось відношення числа оригінальних публікацій до сумарного числа оригінальних і повторних публікацій</i>	<i>Зроблена спроба оцінити творчу активність працівників НДІ, у якості показника використовувалось відношення числа оригінальних публікацій до сумарного числа оригінальних і повторних публікацій</i>
<b>ЗАМІЩЕННЯ + ВИПУЩЕННЯ + СПОЛУЧАННЯ</b>	
<i>У даній статті автори описують спосіб розкרוювання круглого лісу на дошки різанням. Пропонований спосіб розкרוювання різанням відрізняється тим, що колода, яка підлягає розкрою, подають на нерухомий ніж зі швидкістю, яка перевищує швидкість розщеплення деревини</i>	<i>Описується спосіб розкרוювання круглого лісу на дошки різанням, при якому колода, яка підлягає розкрою, подають на нерухомий ніж зі швидкістю, яка перевищує швидкість розщеплення деревини</i>

#### *V – Записування і оформлення реферату*

Записати і оформити реферат.

*Структура* реферату-екстракту включає:

- 1) бібліографічний опис;
- 2) текст реферату, який складається з наступних аспектів змісту первинного

документа:

- цільова настанова;
- пропонований варіант рішення (або об'єкт, предмет розгляду);
- особливості пропонованого варіанту рішення;
- призначення або галузь застосування предмету розгляду;
- місце дослідження;
- методи дослідження;
- експериментальна перевірка;
- обладнання або технічні засоби реалізації;
- результати;
- висновки;
- переваги пропонованого варіанту рішення;
- рекомендації.

У реферованому документі можуть бути відсутніми деякі аспекти з наведеного переліку, однак послідовність викладення зберігається.

3) додаткові відомості, які містять вказівку на кількість ілюстрацій, таблиць і бібліографічних посилань в наступній послідовності: «Лл. ..., табл. ..., бібл. ... назв». У якості додаткових відомостей можуть зазначатися посилання на опубліковані раніше документи ідентичної тематики, якщо реферований документ є продовженням, а також примітки референта, якщо в реферованому документі допущені явні помилки.

**Контрольні запитання:**

1. З яких двох розділів складається аналітичний документ?
2. Назвіть види аналітичних документів.
3. З яких частин складається аналітична доповідь?
4. Які компоненти повинен містити аналітичний документ?
5. Що таке аналітична довідка?
6. Опишіть основні частини аналітичної довідки.
7. Опишіть схему підготовки аналітичної довідки.
8. Схарактеризуйте структуру дайджесту і етапи складання дайджесту.
9. Що розуміють під реферуванням?
10. Що таке реферат? Назвіть споживчі властивості реферату.
11. Чому реферат є багатофункціональним вторинним документом?
12. Що таке інформативний реферат? Яка відмінність між інформативним і індикативним рефератом?
13. Які є вимоги до обсягу реферату?
14. Яка відмінність між рефератом-резюме і рефератом-оглядом?
15. Що включає заголовок реферату? текст реферату? довідковий апарат реферату?
16. Опишіть основні етапи складання реферату.
17. Схарактеризуйте інформативний реферат.
18. Схарактеризуйте реферат-резюме.
19. Якої методики слід дотримуватися при складанні реферату-екстракту?
20. Що таке «клішованість» наукової мови?
21. Назвіть аспекти змісту наукових документів.
22. Що таке «маркер аспекту змісту»?
23. Що таке «індикатори», які застосовуються при викладенні змісту?
24. Що таке «екстрагування»? «Цитування»? «Перефразовування»?
25. Що таке «заміщення»? «Випущення»? «Сполучання»?
26. Наведіть приклади використання операцій випущення, заміщення і сполучання при редагуванні речень, які підлягають включенню у реферат-екстракт.



## Тема 10. ОГЛЯДОВО-АНАЛІТИЧНИЙ ДОКУМЕНТ: ПОНЯТТЯ, КЛАСИФІКАЦІЯ, СТРУКТУРА, МЕТОДИКА СКЛАДАННЯ

### 10.1 Огляд як результат оглядово-аналітичної діяльності

У структурі інформаційної діяльності вагоме значення належить оглядово-аналітичній діяльності. *Мета цього напрямку* – інформаційне забезпечення управлінських рішень і створення системи інформаційної підтримки базової діяльності користувачів інформації. Основним засобом виконання цих завдань є підготовка *оглядової інформації*, що дозволяє систематизовано та узагальнено оцінити стан певної галузі науки, техніки, виробництва, культури, освіти (досягнутий рівень, тенденції та перспективи розвитку, організаційно-економічну ситуацію тощо).

Підготовка оглядової інформації базується на основних процесах обробки документальних джерел. Головними серед них є:

- вилучення з документів і систематизація відомостей та кількісних даних, які характеризують різні аспекти стану розглянутого об'єкта;
- оцінка новизни, достовірності та взаємозалежності відібраних даних, їх доповнення та уточнення змісту;
- логічна переробка отриманих даних з метою одержання нової інформації щодо стану певної галузі суспільної діяльності, тобто визначення досягнутого рівня, тенденцій і перспектив розвитку.

За результатами переробки першоджерел готуються оглядово-аналітичні документи: різного роду огляди, щорічні доповіді про найважливіші досягнення у певній галузі, аналітичні довідки, інформаційні повідомлення тощо.

До змісту оглядово-аналітичних документів висувуються наступні вимоги: актуальність, достовірність, об'єктивність, фактографічність, наявність висновків та їх обґрунтованість, стислість.

Останнім часом результати оглядово-аналітичної діяльності, засоби для їх створення та процеси підготовки інформаційних документів дедалі частіше об'єднуються поняттям «інформаційно-аналітичні дослідження». Такі дослідження, як вважає Г. Сілкова, зумовлюють необхідність систематичного виявлення проблемних ситуацій у базовій діяльності користувачів (чи проблемних питань галузі в цілому), що потребують розв'язання, та підготовку інформаційних документів, які є підґрунтям для прийняття управлінських рішень.

Створення інформаційної продукції у сфері бібліографічної та науково-інформаційної діяльності потребує лише згорання первинної інформації з вихідних документів до рівня вторинно-документальної інформації. Тому для забезпечення користувачів інформацією достатньо створювати згорнуту інформаційну модель окремого документа (інформаційний реферат, анотацію, бібліографічний опис, опис ключовими словами) або згорнуту інформаційну модель певного масиву документів (реферативний журнал, бібліографічний посібник). Такі інформаційні документи вимагають повноти, змістовності, об'єктивності, стислості та зрозумілості перетвореної інформації. Головним принципом створення таких інформаційних документів є збереження семантичної адекватності інформації незалежно від її формальних перетворень. Зауваження та оцінка перетворюваних вихідних документів, викладені від імені інформаційного посередника, виносяться у так звану область приміток. Це забезпечує об'єктивність передачі інформації, робить неможливим її перекручування та інтерпретацію з боку того, хто створює вторинний документ.

Інформаційно-аналітичні дослідження потребують пошуку й опрацювання не окремих документів, а вихідної інформації, що відповідає інформаційним потребам користувача. Тому результатом інформаційно-аналітичних досліджень є формування *інформаційної моделі проблеми* (теми запиту користувача інформації). Такі завдання виконують інформаційні документи, що вміщують оглядову інформацію і які отримали назву *огляду*.

Щорічні огляди розвитку досліджень в різних галузях науки і техніки відомі досить давно. Наприклад, Лондонське фізичне товариство публікує «Report on progress in physics» починаючи з 1934 р.

Огляди посіли значне місце в системі наукових документів приблизно з середини 1950-х рр. Вони звичайно випускаються у вигляді збірників, що видаються під редакцією найкрупніших спеціалістів тієї чи іншої галузі. Огляди дозволяють ученим і інженерам слідкувати за основним напрямком розвитку відповідної наукової дисципліни.

У широкому розумінні *огляд* представляє собою вторинний науковий документ, в якому узагальнюються відомості, що містяться у відповідних первинних документах. Огляди зазвичай охоплюють матеріали з однієї теми і за певний період часу.

Крім того, *оглядом* вважають документ, що містить концентровану інформацію, одержану в результаті відбору, аналізу, систематизації і логічного узагальнення відомостей з великої кількості першоджерел з певної теми за визначений проміжок часу.

Сфери застосування оглядової інформації різноманітні. З одного боку, підготовкою оглядової інформації, яка охоплює весь світовий інформаційний потік наукової літератури, займаються деякі центри інформації. З іншого боку, огляд може бути присутнім і в таких документах, як монографії, дисертації, курсові і дипломні роботи, звіти з НДР. Отже, оглядами наймаються не лише інформаційні працівники і аналітики крупних науково-дослідних центрів, а й вчені, викладачі закладів вищої освіти, студенти, бібліотекарі й інші фахівці.

Інтерпретація основних понять цієї теми – «огляд», «оглядове видання», «оглядово-аналітична діяльність» викликає певні труднощі. Причина недостатньо чіткої наукової інтерпретації у досить поширеному і усталеному у масовій свідомості звичному уявленні щодо поняття «огляд». Сучасна людина щоденно чує різноманітні сполучення зі словом «огляд» – «огляд останніх новин», «огляд поточного законодавства», «маркетинговий огляд сучасних ринків», «огляд ділового програмного забезпечення», «політичний огляд» тощо.

Як вже зазначалося раніше, від початку 1990-х років спостерігається становлення нової галузі, яка стрімко розвивається на ринку інформаційних продуктів і послуг, – інформаційно-аналітичної діяльності (синонімом можна вважати поняття «інформаційна аналітика»).

Виникає питання, чи є оглядово-аналітична діяльність різновидом інформаційно-аналітичної діяльності (інформаційної аналітики), чи ці поняття тотожні. Зокрема при підготовці оглядів працюють з документними потоками (насамперед опублікованими), забезпечуючи їх так звану аналітико-синтетичну обробку, ступінь аналітичності якої недостатня. Визначення понять «огляду», «оглядового видання», «оглядово-аналітичної діяльності», «інформаційно-аналітичної діяльності» у літературі не наводяться. Склалася парадоксальна ситуація, коли вид діяльності існує й стрімко розвивається, а теоретичний інструментарій, що його визначає, – не розроблений.

Отже, є нагальна необхідність узагальнити досвід минулих років в галузі оглядово-аналітичної діяльності, обговорити і усвідомити ті зміни, які відбуваються в розвитку інформаційних ресурсів, розробити державні стандарти або законодавчі акти, що визначали б цю форму діяльності, і які зняли б існуючі невизначеності.

Оглядова діяльність є найбільш поширеною формою *концептографічного* обслуговування. Багатьма вченими розширення оглядової діяльності розглядається у якості одного з шляхів вирішення сучасної кризи інформації, засобу усунення суперечностей між обсягом накопиченої і поточної інформації та фізичними можливостями сприйняття її окремою людиною. Наукова

інформація, створювана мільйонами вчених, часто безсистемно розкидана у великій кількості наукових документів. Для оптимізації використання цієї інформації потрібна її конденсація, класифікація, систематизація, аналіз, оцінка. Але в жодній з перерахованих видів аналітико-синтетичної переробки інформації всі ці операції не здійснюються з такою глибиною, як при складанні оглядів. Вважається, що у теперішній час в галузі науково-інформаційної діяльності існує нагальна потреба у виокремленні огляду як особливого наукового документа.

Окремі дефініції, що стосуються оглядової діяльності, визначені державними стандартами, зокрема, ДСТУ 3017: 2015 «Видання. Основні види. Терміни та визначення понять»:

*Оглядове видання* – інформаційне видання, що містить один чи кілька оглядів, які відображають підсумки аналізування та узагальнення відомостей з різних джерел.

*Інформаційне видання ДСТУ* визначає як видання, що містить систематизовані відомості щодо опублікованих, неопублікованих і тих, які не публікують, документів (видань) або результат аналізування та узагальнення відомостей з першоджерел.

Для з'ясування дефініції такого складного поняття, яким є огляд, допомагають авторські визначення, зокрема:

Під *оглядом* як видом науково-технічної літератури розуміється літературний твір, який містить зведену характеристику стану будь-якого питання зі ступенем згортання, необхідною і достатньою для орієнтації певної категорії споживачів інформації в документальному або інформаційному потоці (Д. Блюменау).

*Огляд* – це синтезований текст, в якому подано зведену характеристику певного питання чи проблеми, що базується на використанні інформації, отриманої з ряду першоджерел за певний проміжок часу. Основним чинником, який визначає зміст і форму огляду, є мета його підготовки. Залежно від неї всі огляди можна поділити на дві групи: бібліографічні та огляди стану питання. Бібліографічний огляд вміщує впорядковану сукупність бібліографічних описів джерел інформації; анотації, що розкривають їх зміст; текст, який пов'язує між собою описи окремих джерел. Мета підготовки такого огляду – допомогти фахівцям орієнтуватися в документальному потоці та вибирати найцікавіші джерела для вивчення (М. Сорока).

*Огляд* – стислий і послідовний письмовий (на будь-якому носії) виклад найбільш важливих відомостей на певну тему, виконаний на основі узагальнення і оцінки всієї (або більшої частини) інформації за певний період (*В. Пастухов*).

*Огляд* – текст, що містить синтезовану інформацію зведеного характеру з будь-якого питання або ряду питань, вилучену з певної множини спеціально відібраних з цією метою первинних документів, що вийшли за певний час. Огляд може бути або самостійним документом, або частиною документа (*А. Корюкова*).

*Огляд* – науково-технічний документ, що містить одержану на підставі аналізу, систематизації й узагальнення відомостей з першоджерел концентровану інформацію щодо попереднього і нинішнього стану або тенденцій розвитку проблеми (включаючи комплексні проблеми), предмету (*Е. Журавель*).

*Огляд* – це інформаційний твір (документ, видання), що створюється шляхом аналітико-синтетичної (логічної) переробки документальної інформації з метою отримання необхідного вивідного знання відносно стану, розвитку і можливих (оптимальних) шляхів вирішення даної проблеми (*А. Гречихін*).

*Огляд* – це текст, який містить концентровану інформацію, отриману в результаті відбору, аналізу, систематизації і логічного узагальнення відомостей з великої кількості першоджерел з певної теми за певний проміжок часу (*Н. Кушнарєнко, В. Удалова*). Узагальнена характеристика огляду включена у рис. 10.1.

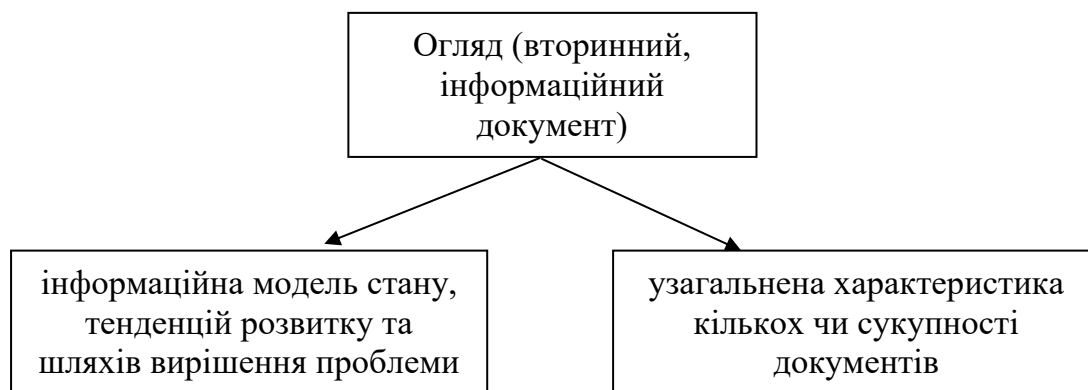


Рисунок 10.1 – Загальна характеристика огляду

Усвідомлення факту багатofункціональності різних видів документів, зокрема оглядів, дозволяє повніше використовувати резерви документальної інформації у процесі інформаційного обслуговування спеціалістів.

Усі *функції* оглядів можна поділити на дві великі групи: 1) функції, що відносяться до всієї науки (загальнонаукові), і 2) функції, що відносяться до індивідуальних користувачів (прагматичні).

*Загальнонаукові* функції: фільтруюча, аналітична, синтезуюча, фіксуюча, стимулююча.

*Фільтруюча функція* – найважливіша функція оглядів. Для закріплення на матеріальних носіях і передавання у часі і просторі відбираються лише найважливіші документи, які містять найправильніші і найважливіші дані.

*Аналітична функція* – аналіз є органічною частиною не лише методики складання огляду, а й будь-якого наукового дослідження. Відібрані для огляду документи аналізують для того, аби виявити і потім виключити відомі відомості, які, поряд з новими, можуть міститися в будь-якому документі.

*Синтезуюча функція* – процедурою, протилежною аналізу, є синтез. Між відібраними для аналізу фактами вчений знаходить внутрішні зв'язки і об'єднує ці факти, тобто синтезує, але вже в інших сполученнях. Систематично викладаючи наявні наукові результати, упорядник дає в огляді загальну картину сучасного стану проблеми.

*Фіксуюча функція.* Ця функція впливає з останніх двох. Фіксуючи в огляді відомості з первинних документів, ми, тим самим, поміщаємо ці дані в активну частину знань, а значить, створюємо умови для їх більш тривалого існування, закріплюючи в формі, що забезпечує тривале зберігання.

*Стимулююча (генеруюча) функція.* При концентрації в одному місці результатів, одержаних багатьма дослідниками, які висловлюють різні думки і підходять до вирішення з різних сторін, у читачів можуть виникати нові думки й ідеї, які стимулюють дослідження за новими напрямками і допомагають вирішенню проблеми.

*Прагматичні* функції оглядів: інформаційна, довідкова, навчальна, пошукова.

*Інформаційна функція.* З оглядів споживач може одержати інформацію про первинну літературу і орієнтуватися в інформаційному потоці, концентруючи свою увагу на найважливіших документах.

*Довідкова функція.* Реферативні видання, довідники, банки даних та інші подібні джерела забезпечують споживача фактографічною інформацією. Огляди також виконують цю функцію, але роблять це більш доступним і ефективним способом на основі аналізу і синтезу найважливіших досліджень. Довідкова функція огляду важлива також для прийняття управлінських рішень.

*Навчальна функція.* Ця функція полегшує студентам, що беруть участь в НДР, розуміння нових тем і орієнтує у суміжних галузях. Спеціалістам огляд допомагає засвоювати таку інформацію, яку вони не можуть одержати з підручників через їх відсутність.

*Пошукова функція.* Дана функція полегшує пошук першоджерел, забезпечуючи читача списком літератури з певної теми й, тим самим, перетворюючи огляд у своєрідну інформаційно-пошукову систему. Перевага огляду перед звичайним бібліографічним покажчиком в тому, що в огляді зазначаються не лише джерела, а й подається фактографічна інформація, що допомагає зробити обґрунтований відсів непотрібної літератури.

Огляд може одночасно виконувати кілька функцій. Наприклад, огляд типу «Щорічний огляд...» може виконати одночасно як бібліографічні, так і навчальні, й можливо, сигнальні функції.

Огляди дозволяють зекономити час фахівців, позбавляють їх необхідності безпосереднього перегляду документів під час пошуку потрібних матеріалів, акцентують увагу на особо цікавих документах.

Отже, для забезпечення користувачів необхідною інформацією створюються оглядово-аналітичні документи, вихідні джерела яких є лише засобом виявлення та перетворення первинної інформації.

Визначальним принципом підготовки таких інформаційних документів є необхідність надання згорнутої інформації, що відповідає темі запити користувача, але достатньої для її використання без додаткового звернення до опрацьованих вихідних матеріалів. Безпосередня функція вказаних документів – це орієнтація в інформації, що висвітлює сутність проблеми. Спрощення процесу орієнтації серед масиву первинних документів, можливість розгортання створеної інформації забезпечується за допомогою списку опрацьованих джерел. Проте це завдання є лише опосередкованою (похідною) функцією інформаційно-аналітичних документів.

Слід констатувати, що інформаційно-аналітична діяльність використовує методику та результати роботи таких видів інформаційної діяльності як бібліографічна та науково-інформаційна і є їх логічним продовженням.

## **10.2 Класифікація і характеристика основних видів оглядів**

Для уточнення терміносистеми предметної області «ІАД» і у зв'язку різними підходами розуміння поняття «огляд», з'ясованими вище (як у широкому смислі, так і у вузькому (спеціальному), що стосується власне оглядово-інформаційних досліджень, які здійснюються у межах ІАД, окремі фахівці увели в науковий обіг поняття «оглядово-аналітичний документ», розуміючи під ним документ, що є результатом аналітико-синтетичної обробки сукупності документів з певної проблеми (теми, питання), містить зведену

згорнуту та узагальнену характеристики взаємопов'язаних об'єктів, фактів, явищ, подій.

Оглядово-аналітичні документи (ОАДи) – документи змішаного типу (характеру) на «перехресті» первинних і вторинних документів. Вони є результатом аналізу і синтезу інформації, запозиченої із «чужих» первинних документів (тому їх можна вважати вторинними документами) і, разом з тим, містять нову «свою» інформацію оціночного характеру, тобто можуть вважатися первинними документами. Такі документи зараховують до *фактографічних* або *концептографічних* вторинних документів. Серед них: *рейтинги, досьє, довідники, дайджести, тематичні підбірки, рецензії, критичні, аналітичні, прогнозні огляди* і т. ін. Вони надають інтерпретовану інформацію, яка орієнтує споживачів у документному потоці або в певній проблемі. При цьому під інтерпретацією розуміють не лише висловлювання критичних суджень відносно первинних документів, фактів і концепцій, які аналізують, а й розгортання – внесення в текст необхідних деталей, уточнень, пояснень і коментарів, що забезпечує краще розуміння їх сприйняття (інформаційне згортання).

Слово «аналітичний» однаково може використовуватись в усіх видах оглядів, оскільки для підготовки їх застосовують різноманітні види аналізу і синтезу документної інформації. Крім того, провідне значення для всіх видів інформаційних документів має його основна – аналітична частина.

За умови відсутності загально визнаної класифікації ОАД вчені пропонують класифікацію, згідно з якою оглядово-аналітичні документи поділяють за сукупністю ознак. За сукупністю ознак (предметний аналіз, цільове призначення, зміст, або тематичні межі, глибина ретроспекції та інші) розрізняють два види ОАД: *оглядові* та *аналітичні* документи.

Оглядові та аналітичні документи, маючи загальний об'єкт аналізу – первинний документ, відрізняються предметом аналізу:

<u>Вид ОАД</u>	<u>Предмет аналізу</u>
Оглядовий документ	→ Зміст документів
Аналітичний документ	→ Стан теоретичної розробки проблем науки, економіки, техніки, виробництва, управління

Отже, *оглядовий документ* – це інформаційний документ, який містить один або кілька оглядів. Він відображає зміст основних первинних документів з певної проблеми (теми, питання), оцінку їх на основі їхньої аналітико-синтетичної обробки. Його основу становить *огляд*.



*Аналітичні документи* вважаються найдосконалішим видом вторинних документів в силу того, що вони повно і кваліфіковано висвітлюють не окремі першоджерела, а конкретну тему в згорнутому і узагальненому вигляді. Довгий час аналітичні документи зараховували до оглядових, об'єднуючи в групу оглядово-аналітичних документів. У зв'язку зі зростаючою суспільною потребою в аналітичній інформації, специфікою складання, розмаїттям аналітичних документів, їх доцільно розглядати як самостійний вид вторинного документа. Нині немає загальноприйнятої класифікації аналітичних документів. На підставі глибини аналізу змісту першоджерела Н. Кушнарєнко і В. Удалова виділяють такі види аналітичних документів як: огляд стану питання, критичні, аналітичні, прогнозні огляди, аналітичні довідки, довідники, рейтинги, інформаційні звіти про діяльність, тематичні підбірки, дайджести, прес-релізи і т. ін.

Існують й інші авторські класифікації оглядів. Зокрема, класифікація оглядів, авторами якої є Е. Журавель і Г. Корсунська наведена у таблиці 10.1.

Таблиця 10.1 – Класифікаційна схема оглядів

Підстава ділення	Групи ділення		
І. Глибина аналізу змісту першоджерел	Типи		
	1. бібліографічний	2. реферативний	3. аналітичний
II. Цільове призначення огляду	Види		
	1.1. огляд нових надходжень 1.2. огляд рекомендованої літератури 1.3. джерелознавчий огляд 1.4. огляд інформаційних видань	2.1. науково-технічний реферативний огляд 2.2. виробничо-технологічний виробничий огляд 2.3. техніко-економічний реферативний огляд 2.4. комплексний реферативний огляд	3.1. науково-технічний аналітичний огляд 3.2. виробничо-технологічний аналітичний огляд 3.3. техніко-економічний аналітичний огляд 3.4. комплексний аналітичний огляд 3.5. порівняльний огляд 3.6. прогностичний огляд 3.7. науково-популярний огляд
III. Форма представлення огляду, що відображає оперативність інформації	Оглядова довідка Щорічний огляд Оглядова стаття Огляд монографічного типу		

Розрізняють аналітичні огляди, які містять аргументовану оцінку інформації, рекомендації щодо її використання і реферативні огляди, що носять більш описовий характер. Крім того, працівники бібліотек готують бібліографічні огляди, які містять характеристики первинних документів як джерел інформації, що з'явилися за певний час або об'єднаних будь-якою спільною ознакою.

Огляди поділяються залежно від:

- предмету аналізу – на бібліографічні і огляди стану питання;
- від мети складання – ті, що концентрують досягнення науки або техніки в певній галузі і за певний період часу, спрямовані на вирішення конкретних практичних завдань;
- від призначення – на огляди для вузьких спеціалістів, для керівників, науково-популярні;
- від видів використаних першоджерел – на огляди періодичних видань, патентних описів, рекламних повідомлень, документів, що не публікуються та ін.;
- від широти тематики – на вузько тематичні і комплексні;
- від наявності зіставлень і прогнозів – на порівняльні і такі, що не містять зіставлень, містять і не містять прогнози та інші;
- від періодичності підготовки – на періодичні і разові;
- від функціонального призначення в документальній системі – на аналітичні, ситуаційні, тематичні, проблемні (проблемні далекої перспективи);
- від способів поширення – на опубліковані, ті, що не публікуються і депоновані.

Серед аналітичних оглядів розрізняють ситуаційні, тематичні і проблемні.

Ситуаційний аналітичний огляд являє собою зіставлення, аналіз і синтез вилученої з документів інформації – наукових даних, відомості з журнальних статей і патентних матеріалів, рекламних повідомлень, матеріалів конференцій, нарад, кон'юнктурна інформація та ін. Призначена для орієнтації в науково-технічній ситуації.

Тематичні аналітичні огляди містять виключно наукові дані.

Проблемні аналітичні огляди створюються з метою подолати тематичну вузькість за рахунок використання відомостей з суміжних галузей науки і техніки. Найбільш важливою підставою ділення є вид аналізу джерел, що оглядаються, і який застосовується при підготовці того чи іншого виду огляду: *аналіз документографічний (бібліографічний), фактографічний і науково-*

*технічний (концептографічний).* Відповідно розрізняють *бібліографічні, реферативні і аналітичні огляди.*

*Бібліографічний огляд* містить зведену характеристику видань і документів, виконану на підставі документографічного аналізу. Бібліографічний огляд містить характеристику документів як джерел інформації, які з'явилися за певний час або об'єднаних за будь-якою ознакою.

У бібліографічному огляді дається узагальнене описання змістовних елементів, а також наводяться формальні ознаки, що характеризують джерела, що оглядаються. Цільове призначення таких оглядів – орієнтація споживачів в документальних потоках. На відміну від анотованих покажчиків у бібліографічному огляді джерела, що розглядаються, звичайно подаються у зіставленні одне з одним, якби охоплюються єдиною думкою, часто з оцінкою творів. В останньому випадку ми маємо справу з різновидами бібліографічних оглядів – критичними або рекомендованими бібліографічними оглядами. Ці різновиди одночасно належать до двох сфер інформаційного обслуговування – документального і концептографічного.

Бібліографічні огляди в свою чергу поділяються на огляди нових надходжень (матеріалів, що вийшли в світ за останній період – місяць, квартал, рік); джерелознавчі огляди, що розглядають характер, призначення і тематику творів з певної проблеми або предмету; огляди інформаційних видань (певної сукупності реферативних журналів, бібліографічних покажчиків і т. п.).

Бібліографічний огляд являє собою зведення бібліографічних даних щодо різного роду первинних джерел інформації. У завдання бібліографічних оглядів входить відбір достатньої кількості джерел, їх бібліографічний опис і характеристика змісту. Огляди звичайно складаються з двох частин: тексту, який містить порівняльну характеристику основної літератури, і бібліографічного списку по темі. Бібліографічні огляди служать джерелознавчою базою для наукової і інформаційної діяльності. Це перша ступінь інформаційного узагальнення.

На відміну від бібліографічних оглядів, у яких відображено відомості про документи, *огляди стану питання* містять інформацію із документів-першоджерел про результати досліджень, стан і шляхи розвитку певної галузі науки, техніки та виробництва. Залежно від цілей підготовки розрізняють два види таких оглядів – реферативні та аналітичні.

*Реферативний огляд* – стислий виклад зведеної характеристики основних аспектів змісту сукупності джерел з певної теми чи проблеми.

Реферативний огляд будується на основі вилучення і систематизації даних з документів.

Реферативний огляд має на меті орієнтацію споживачів інформації не в документальних, а інформаційних потоках, тобто в сукупності фактів і концепцій незалежно від того, з яких документів вони вилучені. Хоча, як правило, реферативні огляди супроводжуються списком літературних джерел, на підставі яких вони складаються, його можна в принципі виключити без шкоди вилучити для пізнавального значення реферативного огляду. У результаті фактографічного аналізу з документів, що оглядаються, відбираються лише ті факти і концепції (часто лише одна цифра), які можуть служити в якості «будівельного матеріалу» для розкриття теми огляду. Решта інформації, яка міститься в джерелах, можливо, сама по собі дуже цінна, але не має відношення до даної теми, ігнорується. У цьому полягає суттєва відмінність реферативного огляду від бібліографічного. Останній передбачає обов'язкове звертання споживачів до першоджерел, зазначених в огляді.

У процесі створення реферативного огляду іноді смислове перероблення джерел, що оглядаються, досягає такого рівня (особливо це характерно для вступу і висновків), що не уявляється можливості послатися на конкретний документ, однак безумовною вимогою до реферативних оглядів є необхідна повнота і об'єктивність у викладенні фактів і концепцій, відображених в літературі.

Укладач реферативного огляду, так як і укладач інформативного реферату окремого документа, не повинен давати критичну оцінку матеріалу, що оглядається, тобто привносити свої власні концепції. Матеріал має бути узагальнений таким чином, аби споживачі, на яких розраховано даний огляд, самі могли б зробити необхідні для своєї роботи висновки. Таким чином, реферативні огляди, так як і бібліографічні, не можуть бути віднесені до сфери концептографічного обслуговування і є формою фактографічного інформаційного обслуговування, тобто результатом інформативного згортання.

Таким чином, реферативний огляд містить зведену характеристику питань, які розглядаються в первинних документах, але не передбачає їхньої критичної оцінки. Завдання реферативного огляду – адекватне відображення документів-першоджерел.

Найбільш складним і синтетичним видом вторинної інформації є *науково-аналітичні огляди літератури*. Вони вміщують систематизовані та узагальнені відомості про стан, тенденції та перспективи розвитку певної галузі суспільної діяльності чи окремої проблеми. Аналітичний огляд – це детальна розповідь, де

подано зведену характеристику певного питання, проблеми, теми, що базується на інформації, отриманій з літератури. Як правило, в кожному огляді використовуються десятки джерел (книг, статей, доповідей, патентів тощо). Їх мета – узагальнити основні тенденції розвитку наукової думки (стан дослідження важливих проблем тієї чи іншої галузі знання, інформацію про наукові школи та теорії, погляди провідних представників науки). Обов'язковим елементом такого огляду є критична оцінка відомостей із першоджерел, власні висновки авторів-укладачів оглядів про стан, тенденції та перспективи розвитку даної галузі, рекомендації щодо використання виявлених у першоджерелах результатів досліджень, пропозиції стосовно можливих варіантів вирішення розглянутої проблеми.

*Аналітичний огляд* – зв'язний виклад характеристики питань теми чи проблеми за змістом сукупності джерел з критичною аргументованою оцінкою цього змісту та/чи обґрунтованими рекомендаціями і висновками.

Мета підготовки аналітичного огляду – висвітлити цілісну картину проблемної ситуації з обов'язковим визначенням труднощів і проблем розвитку в даній галузі та висуненням пропозицій щодо можливих шляхів їх розв'язання.

Аналітичний огляд створюється з метою не лише орієнтувати фахівців в інформаційному потоці з даного напрямку (проблеми), а й дати оцінку стану проблеми, виявити тенденції в її розвитку, тобто його мета – інтерпретована орієнтація в інформаційному потоці. Тому він є результатом не лише фактографічного аналізу первинних документів, а й концептографічного аналізу викладених у них положень – фактів і концепцій, тобто результатом як інформаційного згортання, так і розгортання інформації.

Однак оцінки заради оцінки не існує. Оцінка завжди здійснюється з певною метою. Тому не буває й просто аналітичних оглядів. Кожний аналітичний огляд цілеспрямований, виконує певну функцію. Залежно від виконуваної ним функції, що визначається цільовим призначенням, огляди бувають наступних підвидів:

а) *огляди-обґрунтування*, в яких дається оцінка стану питання з обґрунтуванням необхідності вирішення даної проблеми, а також з набором і оцінкою альтернативних шляхів і методів вирішення. Такі огляди часто є частиною науково-технічних і техніко-економічних обґрунтувань, доповідей керівництву та інших документів, на підставі яких приймається рішення про відкриття тем науково-дослідницьких чи дослідно-конструкторських робіт. Огляди-обґрунтування служать основною формою інформаційного забезпечення розробок, застосовуваної підрозділами аналізу і узагальнення фірм; часто такі огляди видаються органами НТІ у вигляді окремих брошур;

б) *підсумкові огляди*, в яких дається оцінка стану питання з характеристикою досягнутого рівня, а також невирішених проблем. Такі огляди як би проводять рису під певним етапом (періодом) розвитку науково-технічного об'єкта (проблеми) і окреслюють область можливих напрямків робіт. Підсумкові огляди – основна форма публікацій в спеціальних оглядових журналах типу «Успіхи... наук». Підсумковий характер носять щорічні (і взагалі періодичні) огляди найбільш важливих вітчизняних і зарубіжних досягнень в галузі науки, техніки і виробництва;

в) *прогностичні огляди*, в яких дається оцінка стану, й визначаються перспективні шляхи розвитку науково-технічного напрямку. Такі огляди містять аргументовану оцінку існуючої ситуації, тенденцій, темпів і прогнозів розвитку напрямку. Звичайно прогностичний огляд є частиною прогнозу, в який входить ще перелік заходів, необхідних для досягнення поставленої мети. Прогностичні огляди орієнтовані насамперед на органи планування фірм і відомств. Однак більшу цінність вони мають й для керівників тем і напрямків в науково-дослідницьких організаціях.

Якщо бібліографічні і реферативні огляди спрямовані, насамперед, на вирішення суперечностей між обсягом інформаційних потоків і фізичними можливостями їх сприйняття окремим фахівцем, то аналітичні огляди є носіями нової, ситуативної, інформації, що була відсутня раніш і спеціально синтезованої для задоволення потреб у ній. Аналітичний огляд – це вторинний документ, створений у сфері інформаційного обслуговування. Саме тому оглядово-аналітична діяльність розглядається як форма концептографічного обслуговування.

Одна з відмінних особливостей аналітичних оглядів (у порівнянні з реферативними) – наявність в їхній основі конфліктної (проблемної) ситуації. Якщо для реферативного огляду ознакою «гарного тону» є «безсторонність, неупередженість», об'єктивне викладення різних точок зору з питання, що розглядається, то виникнення аналітичного огляду (будь-якого виду) поза конфліктною ситуацією неправомірно, як неправомірним є будь-яке дослідження поза проблемною ситуацією. Звідси не завжди обов'язкова (або бажана) поява, як іноді вважають, певної кількості праць (30-40-60) з будь-якої теми у якості причини для написання аналітичного огляду, важливо не число праць з даної проблеми, а гострота суперечностей в її розвитку. Коли така гострота досягла свого порогу, ось тут і потрібен саме аналітичний огляд. Тоді огляд буде виконувати роль певної сходинки у побудові «цілісної картини стану тієї чи іншої проблеми на даний момент» і знімати певну частку невизначеності

у розвитку досліджуваного питання. Але для цього потрібно, аби у автора огляду має бути досить чітка власна точка зору з питання, що розглядається, з позиції якої він і аналізує публікації, що оглядаються.

Отже, *аналітичний огляд* – це унікальний інформаційний продукт, здатний надати вченому і фахівцю повну і концентровану інформацію за допомогою властивих лише огляду способів класифікації, аналізу, оцінки і насамперед – концентрації розпорошеного по різних джерелах цінного матеріалу. Узагальнюючи дані про наукові досягнення, концепції, складні завдання і різні підходи до них, аналітичний огляд стає інформаційною моделлю вирішення поставленої проблеми, розвитку даної сфери діяльності.

Окрім цільового призначення і виду аналізу, огляди поділяються також залежно від форми представлення, яка відображає оперативність оглядової інформації: наприклад, оглядова довідка, щорічний огляд, оглядова стаття, огляд монографічного типу.

Крім того, оглядові видання можуть бути розділені за додатковим функціональним призначенням на наукові, виробничі (практичні) і науково-популярні залежно від того, яку сферу суспільної практики вони закликані обслуговувати.

Наукові оглядові видання виконують два завдання. Вони ведуть сигнальне оповіщення фахівців з проблем, пов'язаних з їх науковою діяльністю, і сприяють інтеграції наукових знань у відповідних галузях. Виробничі (практичні) оглядові видання за головну функцію мають інформацію і пропаганду нової техніки і технології, прогресивних методів праці, передового досвіду на виробництві. Вони, як правило, мають рекомендаційний характер.

Науково-популярні огляди закликані інформувати широкі кола читачів про цікаві їм проблеми, теми з суспільних наук, питань культури, мистецтва, природничих наук, літератури і т. п. Аналітичні науково-популярні огляди знайомлять фахівців-суміжників з тенденціями і перспективами розвитку науки, виробництва. Вони відіграють важливу інформаційно-пропагандистську роль й тим самим сприяють інтеграції наукових знань, зв'язку науки і виробництва.

За хронологічною ознакою оглядові видання можна поділити на поточні, ретроспективні і перспективні. Поточні – це огляди нових надходжень бібліотек і довідково-інформаційних фондів (бібліографічні і реферативні). Більшість аналітичних і реферативних оглядів – видання ретроспективні. Вони будуються на основі аналізу матеріалів за кілька минулих років або за рік (огляди за 1-3 роки). Прогностичні огляди носять перспективний характер.

Читацька адреса оглядових видань має свою специфіку. У цілому оглядова інформація необхідна для всіх категорій читачів. Різні типи бібліографічних оглядів призначені різним групам читачів – учням, науковим працівникам і виробничникам. Бібліографічні огляди видаються також для самих широких кіл читачів – нефахівців з проблем, які мають для них інтерес.

Реферативні огляди зазвичай досить конкретні за своєю читацькою адресою і призначені в основному конкретним виконавцям-практикам – виробничникам, розробникам дослідно-конструкторських робіт, керівникам відповідних підрозділів, науковим працівникам, які ведуть дослідження з конкретних тем.

Аналітичні огляди призначені головним чином фахівцям високої кваліфікації і керівникам усіх ланок керування, яким необхідно приймати рішення з питань розвитку НДР (науково-дослідницьких робіт) та ДКР (дослідно-конструкторських робіт).

За характером інформації оглядові видання можуть бути додатково диференційовані залежно від широти тематичних меж на комплексні, що відображають широке коло проблем, і спеціалізовані, присвячені окремим вузьким темам і проблемам. До комплексних оглядових видань відносяться галузеві і міжгалузеві видання. Галузеві огляди висвітлюють проблеми будь-якої галузі науки чи виробництва у цілому, міжгалузеві містять матеріали ряду галузей науки і виробництва.

Вчені з інформатики класифікують оглядові видання також за типами використаних первинних документів. Традиційно у якості джерел первинної інформації використовувалися опубліковані документи: книги, журнали і газетні статті, рецензії, автореферати дисертацій і т. п. Поряд з опублікованими документами зараз широко використовуються звіти з НДР, матеріали про виробничу діяльність і передовий досвід, про роботу нарад, щорічні доповіді про найбільш важливі вітчизняні і зарубіжні досягнення в галузі науки і виробництва, виконані в органах НТІ переклади зі спеціальних питань і т. д. Огляд може ґрунтуватися на основі одного будь-якого видання або цілого комплексу видань.

Залежно від місця і мови документів, що оглядаються, розрізняють джерела вітчизняні і зарубіжні. Оглядові видання можуть будуватися на оригінальних зарубіжних виданнях, на їх перекладах, виконаних в системі НТІ, або на перекладених вітчизняних виданнях.

Огляди, як правило, споряджаються великим пристатейним або прикнижним списком літератури, з зазначенням номерів реферативного журналу



по кожному джерелу, вичерпною літературою по темі, а також різноманітними видами показників: іменними, предметними, заголовків та ін.

За конструкцією бібліографічні і реферативні оглядові видання, як правило, випускаються в обкладинці, оскільки вони невеликого обсягу, іноді з ілюстраціями. Аналітичні оглядові видання можуть бути великого обсягу, ілюструються малюнками, графіками, таблицями, діаграмами і т. п.

Особливості змісту, цільового та читацького призначення вторинних документів та інформаційних видань настільки своєрідні та істотні, що є підстави виділити їх як самостійний вид літератури, та назвати науково-інформаційною літературою. Вона являє собою систему функціонально взаємопов'язаних інформаційних видань і вторинних документів, які входять до їх складу.

Основними вимогами, що висуваються до видань науково-інформаційної літератури, є максимальна вичерпність охоплення вітчизняних і зарубіжних джерел (згідно з цільовим призначенням видання), новизна, актуальність, вірогідність, теоретична та практична значущість наведених відомостей, систематизоване, лаконічне й оперативне подання інформації.

У комплексі бібліографічні, реферативні й оглядові видання являють собою багатофункціональну систему. Однак кожне видання в цій системі має свою спеціалізацію. Так, сигнальні та реєстраційні властивості, що є головними для бібліографічних показників, втрачають провідне значення для реферативних і, особливо, оглядових видань. Разом з тим, інформативна, інформаційно-кумулятивна, науково-комунікативна функції з переходом від використання бібліографічних видань до реферативних і оглядових стають дедалі домінуючими, їх ефективність підвищується.

Тобто, хоча інформаційні видання вміщують схожі дані, проте, таке дублювання не можна розглядати як просте повторення вирішуваних завдань. Якщо простежити зміну функцій від бібліографічних видань до реферативних, а від них до оглядових, можна помітити, що відбувається звуження обсягу інформації за умов одночасного її якісного ущільнення. Завдяки такому дублюванню збільшується надійність системи інформаційних видань.

### **10.3 Методика підготовки оглядів**

Написання оглядів – творчий процес, і якщо він не може бути повністю формалізований, то, по можливості, «укладений» в певний набір правил і рекомендацій, орієнтованих на підготовку різних видів оглядів.

Розглянемо основні етапи робіт над оглядом, виділені Д. Блюменау.

*1-й етап. Починається з розробки тематичного плану (змісту) оглядового документа.*

Обґрунтування необхідності написання огляду: чи достатньо актуальна проблема, яку передбачається висвітлити в огляді, наскільки репрезентативно в документальному потоці (при попередньому знайомстві з темою) представлена дана проблема (можливо, й оглядати немає чого – досить довідки, хай навіть й оглядової), на яку категорію споживачів даний огляд буде розрахований.

Складання його плану (змісту). Визначення аспектів теми огляду. Формулюючи їх, одержимо попередній зміст (структуру) огляду. У ході вивчення літератури зміст може бути змінений: якість розділи збільшені, інші – взагалі вилучені.

Закінчується етап розміткою пунктів змісту огляду цифровою або літерно-цифровою індикацією з тим, аби пізніше у ході збирання літератури кожне джерело можна було б ідентифікувати індексом з відповідною частиною змісту й тим самим згрупувати джерела по розділах огляду.

*2-й етап. Бібліографічний.*

Головне завдання цього етапу – з максимальною повнотою зібрати літературу по темі огляду. Необхідно визначити коло бібліографічних джерел, в яких буде здійснюватися пошук необхідних документів – каталоги яких бібліотек, які реферативні журнали і за які роки, які пошукові системи Інтернет, які електронні бази даних тощо. Бажано звернутися у покажчик цитованої літератури (*Science citation index*) та до джерел вторинної бібліографії. Джерела поточної бібліографічної інформації, періодичні і продовжувані видання слід проглядати у зворотній хронологічній послідовності, що забезпечує першочергове виявлення нових матеріалів.

*3-й етап. Аналітичний.*

Включає 2 підетапи: а) складання картотеки релевантних документів на основі переглянутих вторинних і первинних джерел і б) аналіз літературних джерел.

а) на кожний знайдений релевантний документ по картці складається бібліографічний опис і справа внизу картки проставляється її ідентифікаційний індекс, що «прив'язує» даний документ до того чи іншого розділу;

б) зводиться до конспектування релевантних джерел.

У випадку «ручної» методики фіксації даних аналізу документів найдоцільніше на кожний аналізований документ заводити конспект на окремих аркушах паперу. Кожний такий аркуш ідентифікується індексом, який пов'язує конспект зі змістом і бібліографічною карткою.

У результаті виконання 3-го етапу роботи укладач отримує два масиви документів:

1) бібліографічний покажчик літератури, використаної при аналізі першоджерел (покажчик розташовується, як правило, в алфавітному порядку і попередньо нумерується. Можливе і систематичне розташування літературних джерел – за окремими розділами і параграфами огляду;

2) конспекти першоджерел у папці (в рукописній, друкованій або в електронній формі) розташовуються відповідно до ідентифікаційних індексів по главах, розділах, параграфах. Багато з цих матеріалів можуть мати помітки, зауваження, пропозиції, виконані укладачем ще на стадії пошуку і відбору матеріалів.

За своїм характером, рівнем згортання, ступенем аналітичності зауважень матеріали, що відносяться до різних видів оглядів, можуть суттєво різнитися. У випадку бібліографічного огляду конспект звичайно носить анотативно-реферативний характер, у випадку реферативного огляду – реферативно-фактографічний характер, у випадку аналітичного – також реферативно-фактографічний характер з оціночно-порівняльними зауваженнями. В останньому випадку укладачі іноді застосовують для наочності таблиці, в яких групують дані і висловлювання авторів з різних аспектів розгляду проблеми з основними аргументами авторів, які обґрунтовують їхню точку зору, і зауваженнями укладача. Така таблиця дозволяє укладачу легше орієнтуватися в матеріалі при написанні огляду, іноді вона знаходить своє місце на сторінках рукопису.

#### *4-й етап. Синтетичний.*

Написання і оформлення огляду. Результативність цього етапу залежить від трьох факторів – якості і обсягу зібраного матеріалу, аналітичних здібностей укладача і його літературного досвіду. При написанні огляду укладач весь час повинен пам'ятати про функціональне призначення огляду – бібліографічного, чи реферативного, чи аналітичного: огляд як засіб орієнтації читача в документальному чи інформаційному потоці. Це відрізняє його від монографії, підручника, довідника.

Розрізняють три основних способи викладення оглядового матеріалу: індуктивний, дедуктивний і інструктивно-методичний. Перший спосіб – від конкретних фактів і точок зору до їх узагальнень (або від окремого до загального) – сприяє розвитку у читача синтезуючого сприймання матеріалу; у випадку дедуктивного способу викладення автор огляду формує спочатку загальні положення, правила, закономірності, а потім на фактичному матеріалі,

прикладях розкриває і конкретизує викладений матеріал. Іноді ці способи в одному й тому самому огляді можуть сполучатися. У випадку інструктивно-методичного способу матеріал викладається у послідовності описання об'єктів або способів їх виготовлення, конструювання та інше. У реферативному огляді слід, по можливості, навести всі точки зору з питання, що обговорюється з максимальною об'єктивністю викладення цих точок зору. В аналітичному огляді, окрім зазначених умов, дуже бажаним є авторське відношення до поглядів, що розглядаються в огляді.

Будь-який кваліфіковано складений огляд поряд з основною частиною, про що йшла мова вище, повинен включати також вступ (причина появи огляду, читацьке призначення, хронологічний охват літератури), висновки і довідковий апарат, який звичайно складається з бібліографічного списку джерел, предметного і іменного покажчиків, а також змісту і анотації. Специфіка змісту огляду може вимагати включення у довідковий апарат й інших покажчиків (наприклад, географічний, хімічних формул, глосарій та інше). Інші дослідники пропонують розгорнуту поетапну методику складання огляду (див. табл. 10.2).

Таблиця 10.2 – Склад і характеристика стадій та етапів формалізованого складання огляду

Найменування стадії	Найменування етапу	Мета роботи	Найменування продукту праці
<i>1. Підготовча</i>	1.1. розробка завдання на складання огляду	Визначення формальних і семантичних меж відбору документів	Завдання
	1.2. складання списку літератури	Виявлення і відбір документів по темі огляду	Список літератури
	1.3. складання частотного словника	Визначення предметного поля огляду	Частотний словник
	1.4. складання плану огляду	Формування структури огляду	План
<i>2. Основна</i>	2.1. підготовка тексту огляду	Виділення, систематизація і критична оцінка концептографічної і фактографічної інформації	Зв'язний текст огляду
	2.2. редагування тексту огляду	Усунення логічних, стилістичних,	Відредагований текст огляду

Найменування стадії	Найменування етапу	Мета роботи	Найменування продукту праці
		орфографічних в синтаксичних помилок	
3. <i>Заклучна</i>	3.1. підготовка довідкового апарату до огляду	Створення допоміжних покажчиків, які забезпечують підвищення інформативності огляду	Допоміжні покажчики
	3.2. оформлення огляду	Приведення тексту огляду до встановленої форми	Огляд, оформлений відповідно до встановлених вимог

Розглянемо основні етапи першої – *підготовчої стадії* роботи над оглядом (див. табл. 10.3 – 10.7).

Таблиця 10.3 – Етап 1.1. Розробка завдання на складання огляду

Зміст роботи	Результат
1.1.1. Визначення хронологічних меж відбору документів	Хронологічний інтервал, у межах якого повинні відбиратися документи для складання огляду
1.1.2. Визначення географічних меж відбору документів	Перелік країн, в яких створені документ, що підлягають відбиранню
1.1.3. Визначення мовних кордонів відбору документів	Перелік мов, якими складені документи, що підлягають відбиранню
1.1.4. Визначення видових кордонів документів	Перелік видів документів, необхідних для складання огляду
1.1.5. Виділення в темі огляду ключових слів	Упорядкований перелік термінів (понять), які розкривають смисловий зміст теми огляду і визначають коло основних питань, що підлягають розгляду в даному огляді
1.1.5.1. Виділення в темі огляду ключових слів	Тема огляду, в якій підкреслені ключові слова
1.1.5.2. Запис виділених ключових слів на окремі картки	Картки, які містять запис ключових слів
1.1.5.3. Визначення понятійного змісту виділених ключових слів	Картки, що містять запис ключового слова, його визначення і відомостей про документ, з якого це визначення запозичене (бібліографічний опис документа)
1.1.5.4. Встановлення для виділених ключових слів синонімів, родових, видових і асоціативних	Масив карток, які містять запис синонімів, родових, видових і асоціативних термінів з відповідними помітками:

Зміст роботи	Результат
понять; записування отриманих термінів на окремі картки	С – синонім; Р – родовий термін; В – видовий термін; А – асоціативний термін
1.1.5.5. Визначення понятійного змісту виділених синонімічних, родових, видових і асоціативних понять	Масив карток, які містять запис терміна, його визначення і відомостей про документ, з якого це визначення запозичене (бібліографічний опис документа)
1.1.5.6. Упорядкування вписаних понять, які відносяться до даного ключового слова відповідно до смислових зв'язків між ними	Упорядковані відповідно до присвоєних поміток (С, Р, В, А) картки, які містять запис терміна, його визначення і відомостей про документ, з якого це визначення запозичене (бібліографічний опис документа)
1.1.5.7. Графічне описання логічних зв'язків між поняттями, що розкривають сутність теми	Графічна логіко-понятійна схема терміносистеми огляду
1.1.6. Оформлення завдання на складання огляду	Завдання на складання огляду

Завдання на складання огляду – це документ, в якому визначені формальні і семантичні вимоги до відбору документальних джерел інформації для складання огляду.

Формальні вимоги поширюються на встановлення хронологічних, видових, географічних і мовних кордонів відбору документів. Семантичні вимоги пов'язані з визначенням тематичних кордонів огляду. Кордони відбору документів визначаються укладачем виходячи з вирішуваних теоретичних і практичних завдань.

Хронологічні межі – це період часу, протягом якого були створені використані для складання огляду документи. З урахуванням періоду старіння наукової інформації хронологічні межі рекомендується встановлювати у межах десяти років.

Видові межі – це перелік видів документів, які підлягають використанню при складанні огляду. Це стосується як опублікованих (офіційні матеріали, монографії, статті з періодичних і неперіодичних збірників, підручники і навчальні посібники, словники, довідники, стандарти, патентні документи, препринти, автореферати дисертацій та ін.), так і неопублікованих документів (дисертації, звіти з НДР і ДКР, депоновані наукові праці, переклади, архівні матеріали та ін.).

Семантичні межі – це перелік термінів (понять), які розкривають смисловий зміст теми огляду і визначають склад основних питань, які підлягають розгляду у даному огляді.

Важливими операціями з визначення семантичних меж огляду документів є: виділення з теми огляду ключових слів, тобто лексичних одиниць, які виражають сутність теми (структурний аналіз), і наступне розкриття їх смислового змісту (семантичний аналіз).

У якості ключових слів можуть бути використані іменники, прикметники, дієприкметники, числівники.

Ключові слова у темі огляду можуть бути представлені:

- окремими іменниками, наприклад: інформація, автоматизація;
- словосполученнями типу: іменник + іменник, наприклад: *покоління комп'ютерів; версія програми*; прикметник + іменник, наприклад: *інструментальні засоби*; числівник + іменник, наприклад: *четверта версія*; скороченнями слів: *ПК, ПЕОМ, ОС* та ін.

Таблиця 10.4 – Етап 1.2. Складання списку літератури

Зміст роботи	Результат
1.2.1. Складання переліку джерел відбору літератури	Перелік інформаційних видань, бібліотечних каталогів і картотек, баз даних, періодичних видань, які підлягають обстеженню при складанні списку літератури
1.2.2. Пошук і відбір документів по темі огляду; запис результатів пошуку на окремі картки відповідно до вимог ДСТУ 8302:2015 «Інформація та документація. Бібліографічне посилання. Загальні положення та правила складання»	Масив карток, які містять запис бібліографічного опису документа і відомостей про джерело його відбору
1.2.3. Упорядкування документів за алфавітом («авторів» або «за назвою»)	Упорядкований за алфавітом масив карток, які містять запис бібліографічного описання документа і відомостей про джерело його відбору
1.2.4. Нумерація масиву карток з бібліографічними описаннями документів	Упорядкований і пронумерований масив карток, які містять запис бібліографічного описання документа і відомостей про джерело його відбору
2.5. Оформлення списку літератури по темі огляду	Список літератури

*Список літератури* – це упорядкований в алфавітно-хронологічній послідовності перелік бібліографічних описань документальних джерел інформації по темі огляду.

Список літератури – це своєрідний фундамент огляду. Важливою операцією складання списку літератури є відбір документів по темі огляду. Основними джерелами відбору слугують:

- інформаційні видання;
- бази даних;
- бібліотечні каталоги і картотеки;
- періодичні видання.

До найважливіших видів інформаційних видань відносяться:

- покажчики літератури (книг, брошур, стандартів, патентів, дисертацій, перекладів і т. ін.);
- реферативні журнали;
- реферативні збірники.

Створювачами їх є крупні інформаційні органи і бібліотеки країни. Покажчики літератури орієнтують користувачів інформації у документальному потоці на рівні переважно бібліографічного описання документів (або у поєднанні з анотацією). Реферативні видання поряд з бібліографічною інформацією містять реферати первинних документів.

При роботі з джерелами інформації можуть бути використані різноманітні методи пошуку. Вибір метода пошуку залежить від виду джерела інформації та його структури. Найбільш продуктивним є пошук, який передбачає використання предметних (алфавітно-предметних) покажчиків, зокрема до реферативних журналів (збірників) і систематичному бібліотечному каталогу.

Таблиця 10.5 – Етап 1.3. Складання частотного словника

Зміст роботи	Результат
1.3.1. Виділення ключових слів у заголовках документів, включених до списку літератури по темі огляду	Упорядкований і пронумерований масив карток, які містять запис бібліографічного описання документа, у заголовку якого підкреслені ключові слова (слово-сполучення підкреслюються суцільною рисою)
1.3.2. Запис виділених ключових слів в інверсованій формі на окремі картки	Масив карток, які містять запис ключового слова в інверсованій формі і порядкового номеру документа, з заголовка якого воно виділене
1.3.3. Упорядкування ключових слів за алфавітом	Упорядкований за алфавітом масив карток, які містять запис ключового слова в інверсованій формі і порядкового номеру документа, з заголовка якого воно виділене
1.3.4. Усунення дублювання ключових слів	Упорядкований за алфавітом масив карток, які містять запис ключових слів, що не повторюються, в інверсованій формі і запис порядкових номерів документів, в заголовках яких це ключове слово



Зміст роботи	Результат
	вживається (картки з дублетними ключовими словами вилучаються з масиву)
1.3.5. Нумерація карток з ключовими словами	Упорядкований за алфавітом і пронумерований по порядку масив карток, який містить запис ключового слова в інверсованій формі, порядкового номера ключового слова і порядкових номерів документів, в заголовках яких воно вживається (порядковий номер записується у верхньому лівому кутку картки)
1.3.6. Визначення частоти вживання ключових слів	Упорядкований за алфавітом і пронумерований по порядку масив карток, який містить запис ключового слова в інверсованій формі, порядкового номера ключового слова і порядкових номерів документів, в заголовках яких воно вживається; частоти вживання (частота вживання записується у верхньому правому кутку картки)
1.3.7. Оформлення частотного словника	Частотний словник

*Частотний словник* – це алфавітний перелік ключових слів, виділених з заголовків документів по темі огляду із зазначенням порядкових номерів цих документів у списку літератури і частоти зустрічальності.

Складання частотного словника має на меті одержання картини лексичного наповнення теми і, зокрема, виявлення його ядра, виходячи з частоти зустрічаємості ключових слів.

Основою складання частотного словника по темі огляду є лексикографічна обробка заголовків (анотацій, рефератів) документів, відібраних на етапі 1.2 і включених до списку літератури, а саме, слід виділити ключові слова з заголовків документів (анотацій і рефератів).

Словосполучення типу «прикметник + іменник» слід піддати інверсії, в результаті якої іменник повинен бути винесений на перше місце. Результати лексикографічної обробки заголовків (анотацій, рефератів) на початку фіксуються на картках (6 x 8 см), у подальшому одержані дані переносяться на аркуші паперу.

Таблиця 10.6 – Етап 1.4. Побудова рубрикатора

Зміст роботи	Результат
1.4.1. Встановлення тематичних рубрик, до яких мають бути віднесені ключові слова відповідно до правил систематизації	Масив карток, який містить запис ключового слова в інверсованій формі; класифікаційного індексу тематичної рубрики; порядкових номерів документів, в заголовках яких воно вживається; частоти використання

Зміст роботи	Результат
1.4.2. Упорядкування ключових слів відповідно до належності до певної тематичної рубрики	Упорядкований за принципом «від загального до окремого» масив карток, які містять запис ключового слова в інверсованій формі; класифікаційного індексу тематичної рубрики; порядкових номерів документів, в заголовках яких воно вживається; частоти використання
1.4.3. Виділення груп ключових слів, які відносяться до одної тематичної рубрики, і спорядження їх у якості розділювача картками з записами класифікаційного індексу й найменування тематичної рубрики	Упорядкований за принципом «від загального до окремого» і споряджений розділювачами масив карток, з записами ключового слова в інверсованій формі; класифікаційного індексу тематичної рубрики; порядкових номерів документів, в заголовках яких воно вживається; частоти використання
1.4.4. Оформлення рубрикатора	Рубрикатор огляду

*Рубрикатор* – це систематизована сукупність ключових слів, які характеризують зміст огляду із зазначенням класифікаційних індексів і найменувань тематичних рубрик, до яких вони відносяться. Рубрикатор огляду в значній мірі визначає й логічну побудову огляду, й повноту розгляду в ньому окремих питань.

Рубрикатор огляду прийнято розглядати у якості його чорнового плану, який дозволяє зробити висновок про достатність відібраної колекції документів для розкриття теми огляду.

Важливою операцією побудови рубрикатора є систематизація ключових слів. Сутність її полягає у визначенні приналежності ключових слів відповідно до їх смислового змісту до певної тематичної рубрики (класу об'єктів). При цьому одержана терміносистема повинна розглядатися як ієрархічна система, в якій є кілька поименованих рівнів ієрархії. Зокрема, перший (вищий) рівень ієрархії слід позначати цифровим кодом 1., наступний нижчий рівень – 1.1., потім – 1.1.1 і т. д.

Наприклад, для огляду по темі «Системне програмне забезпечення персонального комп'ютера» такими рівнями будуть: 1. – персональний комп'ютер; 1.1. – програмне забезпечення; 1.1.1. – системне програмне забезпечення; 1.1.2. – прикладне програмне забезпечення; 1.1.1.1. – операційні системи; 1.1.1.2. – сервісні системи; 1.1.1.3. – інструментальні програмні засоби; 1.1.1.4. – системи технічного обслуговування.

Таблиця 10.7 – Етап 1.5. Складання плану огляду

Зміст роботи	Результат
1.5.1. Аналіз змісту рубрикатора і виділення в його складі «ядерних» рубрик	Систематизований за принципом «від загального до окремого» перелік «ядерних» рубрик
1.5.2. Формування ієрархічної структури плану	Систематизований з позиції логіки ієрархії перелік розділів, підрозділів, пунктів і підпунктів плану
1.5.3. Оформлення плану	Структура плану з цифровими позначеннями його елементів

*План* – це систематизований перелік розділів, підрозділів, пунктів і підпунктів, які характеризують структуру огляду. План являє собою інформаційну модель теми, що розглядається в огляді, погоджену зі змістом колекції документів, відібраних для його складання.

План огляду повинен мати ієрархічну структуру, для якої обов'язково виконання наступних вимог:

- кількість розділів, а також підрозділів, пунктів і підпунктів не повинно становити менш двох;
- обов'язковими елементами плану є вступ і висновки;
- найдоцільнішим рекомендується виділення у структурі плану двох-трьох розділів, а у них – двох-трьох підрозділів;
- усі елементи плану, крім вступу і висновків, повинні мати цифрові позначення з використанням арабських цифр, наприклад: 1., 1.1., 1.1.1. і т. д.

Після складання плану починається безпосереднє формування тесту огляду, тобто основна стадія роботи над ним.

Друга – основна стадія підготовки огляду передбачає виконання двох етапів, описаних у табл. 10.8 і 10.9.

Таблиця 10.8 – Етап 2.1. Підготовка тексту огляду

Зміст роботи	Результат
2.1.1. Визначення складу документів, які підлягають інформаційному обстеженню по розділах, підрозділах, пунктах і підпунктах огляду	Упорядкований відповідно до плану огляду і споряджений розділювачами з цифровим позначенням його розділів, підрозділів, пунктів, підпунктів масив карток з записом бібліографічного описання документа і відомостей про джерело відбору
2.1.2. Виділення у складі змісту документів структурних елементів (частин, розділів, глав, параграфів і т. п.), які підлягають інформаційному аналізу по темі	Упорядкований відповідно до плану огляду і споряджений розділювачами з цифровим позначенням його розділів, підрозділів, пунктів, підпунктів масив карток з записом бібліографічного описання документа і відомостей про джерело відбору, а також

Зміст роботи	Результат
огляду відповідно до плану огляду	відомостей про структурні елементи документа (з цифровими позначеннями і назвою), які підлягають інформаційному аналізу
2.1.3. Виділення з текстів первинних документів фрагментів (абзаців, речень) відповідно до плану (рубрикатора) огляду	Масив виписок з текстів первинних документів з зазначенням цифрового позначення того елемента плану (розділу, підрозділу і т.п.), до якого відноситься виписка, порядкового номера документа, з якого зроблена виписка, і номера сторінки документа, на якій зафіксований даний фрагмент тексту
2.1.4. Семантичне групування фрагментів текстів документів відповідно до наявності в них заданих ключових слів	Упорядкований відповідно до плану огляду і змісту запису масив виписок з текстів документів з зазначенням цифрового позначення того елемента плану (розділу, підрозділу і т. п.), до якого відноситься виписка, порядкового номера документа, з якого зроблена виписка, і номера сторінки документа, на якій зафіксований даний фрагмент тексту
2.1.5. Аналіз новизни, достовірності і повноти відібраних видань	Упорядкований відповідно до плану огляду і змісту запису масив виписок з текстів документів з помітками, які містять оцінку їх новизни і достовірності
2.1.6. Встановлення між фрагментами текстів документів логічних зв'язків	Логічно зв'язаний текст основної частини огляду з посиланнями на відповідні документи
2.1.7. Формування і введення в текст критичних зауважень, узагальнень, висновків. Завершальне формування тексту огляду	Текст основної частини огляду з посиланнями на відповідні документи критичними зауваженнями і узагальненнями
2.1.8. Підготовка вступу і висновків до основної частини огляду	Текст вступу і висновків огляду
2.1.9. Завершальна компоновка тексту огляду	Текст огляду

Таблиця 10.9 – Етап 2.2. Редагування тексту огляду

Зміст роботи	Результат
2.2.1. Аналіз тексту з точки зору дотримання логічних норм і усунення логічних помилок	Текст огляду, що відповідає вимогам логіки
2.2.2. Коригування стилістичних погіршень	Текст огляду, що відповідає вимогам стилю наукових документів
2.2.3. Усунення орфографічних і синтаксичних помилок	Текст огляду, що відповідає вимогам граматики

Третя, заключна стадія, передбачає виконання двох етапів (див. табл. 10.10, 10.1).

Таблиця 10.10 – Етап 3.1. Підготовка довідкового апарату до огляду

Зміст роботи	Результат
3.1. Побудова списку скорочень	Список скорочень
3.2. Побудова покажчика персоналій	Показчик персоналій
3.3. Побудова покажчика авторів	Показчик авторів

*Довідковий апарат огляду* – це сукупність допоміжних покажчиків, які виконують роль путівника по тексту огляду і забезпечують ефективність пошуку у ньому необхідної інформації.

До числа найважливіших покажчиків огляду відносяться:

- показчик персоналій, який містить алфавітний перелік особистих імен, згадуваних у тексті огляду;
- показчик авторів, який містить алфавітний перелік прізвищ і ініціалів авторів документів, використаних при складанні огляду;
- список скорочень, який містить алфавітний перелік цих лексичних одиниць з паралельним поданням їхніх повних назв.

Таблиця 10.11 – Етап 3.2. Оформлення огляду

Зміст роботи	Результат
3.2.1. Оформлення огляду відповідно до встановлених вимог	Текст огляду, оформлений за встановленими вимогами
3.2.2. Друк тексту огляду	Представлення тексту огляду у друкованому вигляді

Текст слід розміщувати на одному боці аркуша формату А4 з дотриманням наступних розмірів полів: ліве – не менш за 30 мм, праве – не менш за 10 мм, верхнє – не менш за 15 мм, нижнє – не менш за 20 мм.

Сторінки нумеруються арабськими цифрами. Титульний аркуш включається в загальну нумерацію сторінок тексту. Номер сторінки на титульному аркуші не проставляється.

Вступ, розділи основної частини, висновки, список літератури, допоміжні покажчики і додатки повинні починатися з нової сторінки і мати заголовки, надрукований великими літерами.

Заголовки структурних елементів тексту слід розміщувати посередині рядка без крапки наприкінці.

Зміст текстової частини огляду може бути представлений у вигляді власне тексту, таблиць, ілюстрацій, формул та інших складових. У тексті можуть використовуватися наступні види посилань:

– посилання на структурні елементи огляду, таблиці, ілюстрації, формули, додатки і т. д. (наприклад: *відповідно до табл. 1; на рис. 12; за формулою (1); у додатку 4*);

– посилання на документи (бібліографічні посилання). Посилання на фрагмент документ слід наводити у дужках у вигляді порядкового номеру документа за списком літератури з відокремленим від нього комою порядковим номером сторінки, що містить даний фрагмент, наприклад: (5, с. 78-80).

Наприкінці огляду розміщують додатки, на які обов'язково мають бути посилання в основній частині огляду.

### **Контрольні запитання:**

1. Що таке «оглядова інформація»?
2. На яких основних процесах обробки документальних джерел базується підготовка оглядової інформації?
3. Що розуміють під «оглядом»?
4. В яких сферах застосовується оглядова інформація?
5. Чому оглядова діяльність вважається найпоширенішою формою концептографічного обслуговування?
6. У чому виявляється специфіка оглядового видання?
7. Наведіть визначення огляду, наведені у публікаціях дослідників і науковців.
8. Назвіть загальнонаукові функції оглядів.
9. Назвіть прагматичні функції оглядів.
10. З якою метою в науковий обіг введено поняття «оглядово-аналітичний документ»?
11. Чому оглядово-аналітичні документи (ОАД) відносять до документів змішаного типу?
12. Чи є відмінність між аналітичним і оглядовим документом?
13. Чому аналітичні документи вважаються найдосконалішим видом вторинних документів?
14. Схарактеризуйте класифікацію оглядів, авторами якої є Е. Журавель і Г. Корсунська.
15. Наведіть приклади видів оглядів, на які вони поділяються за різними підставами класифікації.

16. Яка відмінність між бібліографічним і реферативним оглядом?
17. Розкрийте сутність аналітичного огляду.
18. Схарактеризуйте види оглядів залежно від виконуваної ним функції, що визначається цільовим призначенням: огляд-обґрунтування, підсумковий огляд, прогностичний огляд.
19. Розкрийте специфіку читацької адреси оглядових видань.
20. Опишіть основні етапи робіт над оглядом.
21. Які основні частини має включати огляд?
22. Що таке «Завдання на складання огляду»? Що передбачає етап «Розробка завдання на складання огляду»?
23. Як складається список літератури по темі огляду? Назвіть основні джерела відбору документів для складання списку літератури.
24. Що таке «частотний словник»? Яким є порядок його складання?
25. Що таке «рубрикатор»? Які роботи треба виконати по його складанню?
26. Як правильно скласти «план огляду»?
27. Схарактеризуйте основні види робіт етапу «Підготовка тексту огляду».
28. Що таке «довідковий апарат огляду»? Основні види покажчиків огляду.
29. Основні вимоги до оформлення огляду.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Автономова Н. Інформаційні видання в системі документної комунікації. *Наукові праці Національної бібліотеки України ім. В. І. Вернадського*. 2010. Вип. 27. С. 148-158.
2. Аль-Амморі А. Н., Зозуля Н. Ю., Наумова Н. М. Інформаційно-аналітична діяльність : навч. посіб. К. : НТУ, 2019. 147 с.
3. Артеменко О. Інформаційно-аналітична діяльність в архівній сфері. *Культура і мистецтво: сучасний науковий вимір* : матеріали міжнар. наук. конф. молодих вчених, аспірантів та магістрів, 7-8 груд. 2017 р. К. : НАКККіМ, 2017. С. 22-23.
4. Артемов В. Основи менеджменту для інформаційних аналітиків : курс лекцій. К.: КНТ, 2007. 272 с.
5. Бакумов О. С., Марчук М. І., Гудзь Т. І., Венглінський О. О. Інформація: до питання про змістову еволюцію терміна. *Право і безпека*. 2021. № 3 (82). С. 19-28.
6. Банах С. Поняття та особливості інформації як теоретичної категорії. *Актуальні проблеми правознавства*. 2019. № 4 (20). С. 226-231.
7. Бездрабко В.В. Поль Отле і наука про документ. *Бібліотекознавство. Документознавство. Інформологія*. 2007. № 4. С. 14-24.
8. Бібліотечно-інформаційна діяльність. Терміни та визначення понять : ДСТУ 7348: 2013. К.: Мінекономрозвитку України, 2014. 45 с.
9. Біличенко Г. І. Інформаційна діяльність музеїв України. *Проблеми формування інформаційної культури особистості* : матеріали Міжнар. наук.-практ. конф., 5 листоп. 2014 р. Маріуполь : МДУ, 2014. С. 186-189.
10. Біловус Л. В. Управління та організація діяльності інформаційних установ : навч. посіб. Тернопіль, 2010. 404 с.
11. Blumenau D. I. Information analysis/synthesis for the formation of a secondary document flow. StP., 2002. 240 p.
12. Боднар П. Р. Інформаційно-аналітична діяльність у міжнародних відносинах : підручник. Львів : Вид-во Львів. торг.-екон. ун-ту, 2018. 279 с.
13. Бойко Н. В. Інформаційно-аналітична діяльність органів місцевого самоврядування – важлива складова процесу прийняття управлінських рішень. *Бібліотекознавство. Документознавство. Інформологія*. К., 2020. № 1. С. 65-71.
14. Борик С. М. Бібліотечно-інформаційне обслуговування користувачів: вивчення інформаційних потреб. *Сучасні проблеми діяльності бібліотеки в умовах інформаційного суспільства* : матеріали п'ятої міжнар. наук.-практ.



конф., 11–12 верес. 2013 р., Львів / Нац. ун-т «Львівська політехніка». Львів, 2013. С. 499-509.

15. Brezhneva V., Minkina V. Information services: products and services provided by libraries and enterprise information services. StP., 2006. 304 p.

16. Булахова Г. Інформаційно-аналітична діяльність бібліотек як форма творення наукового пізнання. *Наукові праці Національної бібліотеки України імені В. І. Вернадського*. К. : НБУВ, 2009. Вип. 25. С. 328-330.

17. Варенко В. М. Інформаційно-аналітична діяльність : навч. посіб. для студентів. К. : Талком, 2014. 417 с.

18. Видання. Основні види. Терміни та визначення понять : ДСТУ 3017:2015. К. : ДП «УкрНДНЦ», 2016. 42 с.

19. Вировий С. І. Інформаційно-аналітичне забезпечення діяльності органів державної влади та місцевого самоврядування. *Ефективність державного управління* : зб. наук. пр. Львів. регіон. ін-т держ. упр. Нац. акад. держ. упр. при Президентові України. Львів, 2014. Вип. 39. С. 201-206.

20. Вовк Н. Інформаційно-аналітичні документи: сфера використання та класифікація. *Вісник Книжкової палати*. 2016. № 4. С. 47-49.

21. Воєводін О. П., Полулях Ю. Ю. Основи загальної теорії інформації : навч. посіб. Луганськ: Вид-во СНУ ім. В. Даля, 2013. 224 с.

22. Головатий С. П. Закон України «Про інформаційну відкритість органів державної влади та вищих посадових осіб України». *Свобода висловлювань і приватність*: щокварт. дод. до інформ.-аналіт. бюл. Харк. правозахис. групи «Права людини». 2000. № 4. С. 12-18.

23. Горак В. В. Інформаційні видання провідних галузевих бібліотек України як інструментарій аналітичної діяльності. *Таврійський вісник освіти*. 2015. № 1. С. 284-293.

24. Горбаченко Т. Г. Аналітико-синтетична переробка документної інформації : навч. посіб. для дистанційного навчання. К. : Університет «Україна», 2008. 312 с.

25. Горенко Т., Андріяш О. Інформаційно-аналітична діяльність як чинник мінімізації інформаційних ризиків розвитку економіки. *Наукові праці Національної бібліотеки України імені В. І. Вернадського*. К. : НБУВ, 2015. Вип. 41. С. 69-79.

26. Gorkova V., Borohov E. Abstract in the system of scientific communication. Directions for improving linguistic and structural characteristics. *Results of science and technology. Series. Informatics*. Т.11. VINITI, 1987. 232 p.

27. Горовий В. М. Соціальні інформаційні комунікації, їх наповнення і ресурс : монографія. Київ, 2010. 356 с.
28. Громов Г. Р. Національні інформаційні ресурси: проблеми промислової експлуатації. К., 1985. 240 с.
29. Гужва В. М. Інформаційні системи і технології на підприємствах : навч. посіб. К. : КНЕУ, 2001. 400 с.
30. Dvorkina M. Library and information activities: theoretical foundations and features of development in the traditional and electronic environment. FAIR Publishing House, 2009. 256 p.
31. Демешко І. М. Інформаційно-аналітична діяльність : навч. посіб. Кіровоград, 2016. 299 с.
32. Добко Т. До питання розвитку термінології бібліотечно-інформаційної сфери. *Вісник Книжкової палати*. 2011. № 8. С. 13-17.
33. Добко Т. Довідково-бібліографічна діяльність і довідково-бібліографічне обслуговування: співвідношення понять і термінів. *Наукові праці Національної бібліотеки України імені В. І. Вернадського*. 2017. Вип. 45. С. 82-95.
34. Дорофєєва О. П. Теоретико-методологічні засади укладання реферативних оглядів. *Науково-методичні та організаційні засади інформаційно-аналітичного забезпечення педагогічної науки, освіти і практики України: стан та перспективи*. К., 2012. Вип. 3. С. 86-99.
35. Дудка А. І. Економічні передумови розвитку інформаційних послуг України. *Управління розвитком*. 2014. № 1. С. 69-72.
36. Дяченко Н. Інформаційно-аналітичне забезпечення діяльності органів державної влади та місцевого самоврядування. *Публічне адміністрування: теорія та практика* : електрон. зб. наук. пр. Нац. акад. держ. упр. при Президентові України, Дніпропетр. регіон. ін-т держ. упр. Дніпропетровськ, 2013. Вип. 2. URL : [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Patp\\_2013\\_2\\_14](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Patp_2013_2_14)
37. Жарких В. Ю., Білоусов О. С., Кривдіна І. Б. Правове регулювання інформаційної діяльності: навч. посіб. Київ: Каравела, 2015. 232 с.
38. Жорняк А. Інформаційна послуга у сфері господарювання: поняття та ознаки. *Господарське право і процес*. 2019. № 2. С. 61-65.
39. Zhuravel E., Korsunskaya G. Classification of reviews. *NTI. Ser. 1*. 1974. № 7. P.14-17.
40. Захарова І. В. Інформаційно-аналітичні технології при проведенні соціологічних досліджень. *Культурологія та соціальні комунікації: інноваційні*

*стратегії розвитку* : матер. міжнар. наук. конф. (26-27 листопада 2020 р.). Харків : ХДАК, 2020. С. 192-194.

41. Захарова І. В., Філіпова Л. Я. Основи інформаційно-аналітичної діяльності : навч. посібник. К. : ЦУЛ, 2013. 336 с.

42. Інформатика та обчислювальна техніка: короткий тлумачний словник. К. : Либідь, 2000. 320 с.

43. Інформація і документація. Науково-інформаційна діяльність. Терміни та визначення понять : ДСТУ 5034: 2008. К. : Держспоживстандарт України, 2009. 41 с.

44. Інформація та документація. Бібліотечно-інформаційна діяльність. Терміни та визначення понять : ДСТУ 7448: 2013. К. : Мінекономрозвитку України, 2014. 41 с.

45. Калитич Г., Літош Г. Інформація в системі державного управління. *Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка*. 2009. Вип. 107-108. С. 66-68.

46. Кобелєв О. М. Інформаційна аналітика в структурі бібліотечної діяльності в Україні : монографія. Харків: ХДАК, 2012. 246 с.

47. Кобелєв О. М. Інформаційно-аналітичний сервіс як вектор розвитку сучасних бібліотек. *Вісник Харківської державної академії культури. Серія : Соціальні комунікації*. 2019. Вип. 54. С. 62-72.

48. Коваленко І. Й. Розвиток форм і методів інформаційного забезпечення реферативною інформацією. *Інформаційна діяльність Державної науково-педагогічної бібліотеки України ім. В. О. Сухомлинського: перспективи розвитку* : монографія / НАПН України, ДНПБ України ім. В. О. Сухомлинського. Київ, 2015. С. 124-129.

49. Ковалів М. В., Єсімов С. С., Ярема О. Г. Інформаційне право України : навч. посіб. Львів: Львівський державний університет внутрішніх справ, 2022. 416 с.

50. Костиця І. О. Інформаційно-аналітична діяльність у міжнародних відносинах: навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. Чернівці : Букрек, 2013. 223 с.

51. Коханова І. О. Основні засади реферування документів як сфери практичної діяльності. *Бібліотекознавство. Документознавство. Інформологія*. 2011. № 2. С. 59-63.

52. Коханова І. О. Особливості підготовки оглядових документів. *Вісник Харківської державної академії культури* : зб. наук. пр. Харків. держ. акад. культури. Харків, 2014. Вип. 42. С. 155–161.

53. Коханова І. Реферування документів як затребувана сфера інформаційної діяльності. *Вісник Книжкової палати*. 2009. № 2. С. 31-32.
54. Кулешов С. Г. Документальні джерела наукової інформації: поняття, типологія, історія типологічної схеми. Київ, 1995. 194 с.
55. Кулицький С. Інформаційно-аналітична діяльність бібліотек – складова розвитку економічної аналітики. Наукові праці Національної бібліотеки України імені В. І. Вернадського. К. : НБУВ, 2015. Вип. 41. С. 331-345.
56. Кулицький С. П. Основи організації інформаційної діяльності в сфері управління : навч. посіб. К., 2002. 224 с.
57. Kurnosov Yu. Analytics, methodology, technology and organization of information analytical work. 2004. 512 p.
58. Кушнарєнко Н. М., Удалова В. К. Наукова обробка документів : підручник. К.: Вікар, 2003. 328 с.
59. Ломачинська І. М. Документально-інформаційні комунікації в системі соціальних комунікацій : навч. посіб. для дистанц. навч. К.: Університет «Україна», 2008. 301 с.
60. Лутовинова В. І. Реферування як процес мікроаналітичного згортання інформації : практич. посіб. К. : Четверта хвиля, 2007. 72 с.
61. Марущак А. І. Визначення поняття «доступ до інформації». *Правова інформатика*. 2006. № 3 (11). С. 69-74.
62. Марущак А. І. Інформаційне право: доступ до інформації: навч. посіб. Київ: КНТ, 2007. 532 с.
63. Мина Ж. В. Реферування наукової літератури: проблеми та перспективи. *Держава та регіони. Серія: Соціальні комунікації*. 2012. Вип. 3. С. 129-134.
64. Mikhailov A., Cherny A., Gilyarevsky R. Fundamentals of scientific information. Nauka, 1965. 665 p.
65. Мороз Н. С. Сутність інформації в контексті загальних принципів інформаційної безпеки. *Вісник Національного університету «Львівська політехніка»*. Серія: Юридичні науки. 2016. № 845. С. 137–142.
66. Нетреба І. О. Теоретичні підходи до визначення категорії «інформаційний ресурс». *Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка*. 2014. № 8 (161). С. 70-73.
67. Олещук Я. О. Інформаційно-аналітична діяльність музеїв. *Актуальні питання сучасного соціогуманітарного знання : матеріали V Міжвуз. наук.-практич. семінару*, 23 січ. 2014 р. Х. : ХАІ, 2014. С. 59-60.

68. Орлов П. І. Інформація та інформатизація: нормативно-правове забезпечення : наук.-практ. посібник. 2-ге вид., допов. й перероб. Х. : Вид-во Нац. ун-ту внутр. справ, 2003. 722 с.

69. Палій С. Сучасні тенденції розвитку інформаційно-аналітичного забезпечення у контексті прийняття ефективних управлінських рішень: (на прикладі органів державної влади України). *Український журнал з бібліотекознавства та інформаційних наук*. 2022. № 10. С. 166-174.

70. Пальчук В. Е. Інформаційно-аналітична діяльність бібліотек у забезпеченні владних структур України (90-ті роки ХХ - початок ХХІ ст.) : автореф. дис. ... канд. наук із соц. комунікацій : 27.00.03 / НАН України, Нац. б-ка України ім. В. І. Вернадського. К., 2011. 19 с.

71. Парафійник Н. І. Інформаційно-аналітичні продукти і послуги : навч. посіб. Харків : Харків. авіац. ін-т, 2017. 60 с.

72. Пархоменко В. Д. Наукові і організаційні проблеми управління інформаційними ресурсами. *Науково-технічна інформація*. 2007. № 3. С. 31-36.

73. Пархоменко О. В., Пархоменко В. Д. Інформація як природна категорія і її зв'язок зі знаннями. *Наука, технології, інновації*. 2017. № 2. С. 3-9.

74. Pastukhov V. M. General concepts of review literature. *NTI. Ser.1*. 1983. № 4. P. 19-24.

75. Пізнюк Л., Сverdлик З. Реферат і анотація: актуалізація й перегляд нормативів і вимог. *Бібліотекознавство. Документознавство. Інформологія*. 2020. № 2. С. 43–51.

76. Поперечнюк В. М. Визначення інформації та знань як категорії інтелектуалізації суспільства: теоретико-правовий аналіз. *Інформація і право*. 2015. № 1(13). С. 27-37.

77. Постельжук О. М. Інформаційно-аналітична діяльність обласних універсальних наукових бібліотек України: основні напрями діяльності і види інформаційної продукції : автореф. дис. ... канд. наук із соц. комунікацій : 27.00.03 / НАН України, Нац. б-ка України ім. В. І. Вернадського. Київ, 2013. 16 с.

78. Про бібліотеки та бібліотечну справу : Закон України від 27 січня 1995 р. № 32/95-ВР.

79. Про доступ до публічної інформації : Закон України від 13 січня 2011 р. № 2939-VI. *Відомості Верховної Ради України*. 2011. № 32. Ст. 314.

80. Про інформацію : Закон України від 02.10.1992. № 2657-XII. *Відомості Верховної Ради України (ВВР)*. 1992. № 48.

81. Про інформацію : Закон України від 13.01.2011. № 2938-VI. *Відомості Верховної Ради України (ВВР)*. 2011. № 32.

82. Про науково-технічну інформацію : Закон України від 25 червня 1993 року № 3322-XII. URL : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/3322-12>

83. Про Національні архівні інформаційні ресурси, управління документацією та архівами : проект Закону. URL : [https://cn.archives.gov.ua/inform\\_public/%D0%9F%D1%80%D0%BE%D0%B5%D0%BA%D1%82%20%D0%B7%D0%B0%D0%BA%D0%BE%D0%BD%D1%83%20%D0%9D%D0%90%D0%86%D0%A0.pdf](https://cn.archives.gov.ua/inform_public/%D0%9F%D1%80%D0%BE%D0%B5%D0%BA%D1%82%20%D0%B7%D0%B0%D0%BA%D0%BE%D0%BD%D1%83%20%D0%9D%D0%90%D0%86%D0%A0.pdf)

84. Про національну програму інформатизації : Закон України від 1 грудня 2022 року № 2807-IX. URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2807-20#top>

85. Пугач А. О. Оптимізація постановки цілей та вироблення завдань у системі інформаційно-аналітичного забезпечення державного управління України. *Державне управління: удосконалення та розвиток*. 2012. № 8. URL : <http://www.dy.nauka.com.ua/?op=1&z=453>

86. Речицький В.В. Відкритість інформації як універсальна вимога. *Вісник Національної Академії наук України*. 2003. № 9. С.26-45.

87. Романишин Ю. Л., Лаба О. В. Інформаційні технології в процесах інформаційного обслуговування установ. *Інформація та документ у сучасному науковому дискурсі* : VI Всеукр. дист. наук-практ. конф. (м. Івано-Франківськ, 20 травня 2020 р.). Івано-Франківськ : ІФНТУНГ, 2020. С. 23-30.

88. Свєрдлик З. М. Практикоорієнтоване викладання дисципліни «Інформаційно-аналітична діяльність» як спосіб формування професійної компетентності майбутніх фахівців з інформаційної, бібліотечної та архівної справи. *Бібліотекознавство. Документознавство. Інформологія*. К., 2017. 2004. № 3. С. 18-25.

89. Сенченко М. Інформаційно-аналітична діяльність «мозкових центрів». *Вісник Книжкової палати*. 2021. № 4. С. 24-31.

90. Сенченко М. Соціальна інформація в глобальному інформаційному просторі. *Вісник Книжкової палати*. 2008. № 7. С. 3-8.

91. Сибірна Р. І. Особливості аналітичної діяльності у науковому дослідженні. *Соціально-правові студії*. 2021. Вип. 4 (14). С. 49-55

92. Сидоренко О. Інформаційні ресурси як об'єкт інформаційних правовідносин. *Інформаційне право*. 2018. № 4. С. 173-182.

93. Синєокий О. В. Інформаційне право України та електронне право високих технологій: електронний курс лекцій. URL : <http://kul-lib.narod.ru/bibl.files/PLaw/10sovipu.pdf>

94. Ситник В. Ф. Системи підтримки прийняття рішень : навч. посіб. К. : КНЕУ, 2004. 614 с.
95. Сілкова Г. Інформаційно-аналітичні дослідження в структурі інформаційних ресурсів. *Вісник Книжкової палати*. 2001. № 2. С. 14-15.
96. Сілютіна І. М. Інформаційна діяльність в мережевому суспільстві. *Гілея : наук. вісник : зб. наук. пр. К., 2017. Вип. 120 (№ 5). С. 170-173.*
97. Скаленко О. К. Інформація та інформаційні знання в глобальному інформаційному суспільстві. *Наук.-техн. інформація*. 2005. № 2. С. 3-5.
98. Слінько Т. М. Сучасні означення інформації. *Право.ua*. 2016. № 2. С. 23-29.
99. Словник основних термінів з бібліотечно-інформаційної діяльності / уклад. М. В. Безрука. 2-ге вид., доповн. Івано-Франківськ: НТБ ІФНТУНГ, 2016. 92 с.
100. Сорока М. Б. Національна система реферування української наукової літератури. К.: НБУВ, 2002. 209 с.
101. Стандарт вищої освіти України : другий (магістерський) рівень, галузь знань 02 Культура і мистецтво, спеціальність 029 «Інформаційна, бібліотечна та архівна справа» : затверджено і введено в дію наказом Міністерства освіти і науки України від 24.05.2019 р. № 728. URL : <https://mon.gov.ua/storage/app/media/vishcha-osvita/zatverdzeni%20standarty/2019/05/28/029-informatsiy-na-bibliotечna-ta-arkhivna-sprava-magistr.pdf>
102. Стандарт вищої освіти України: перший (бакалаврський) рівень, галузь знань 02 Культура і мистецтво, спеціальність 029 «Інформаційна, бібліотечна та архівна справа» : затверджено і введено в дію наказом Міністерства освіти і науки України від 12.12.2018 р. № 1378. URL : <https://mon.gov.ua/storage/app/media/vishcha-osvita/zatverdzeni%20standarty/2021/07/28/029-Form.bibliot.ta.arkh.spr-bakalavr.28.07.pdf>
103. Сурмін Ю. П. Аналітична діяльність: посіб. для аналітика неприбуткової організації. К.: Центр інновацій та розвитку, 2002. 96 с.
104. Тарасюк В. В., Судик Р. П. Інформаційні ресурси. *Енциклопедія Сучасної України*. К. : Інститут енциклопедичних досліджень НАН України, 2011. URL : <https://esu.com.ua/article-12472>
105. Толковый словарь по основам информационной деятельности ; под ред. проф. Н. Н. Ермошенко. К., 1995. 249 с.

106. Тугарова О. К. Інформація як основний об'єкт інформаційних правовідносин. *Юридичний науковий електронний журнал*. 2022. № 8. С. 358-361.
107. Філіпова Л. Я. Наукова інформатика в системі документознавчого навчання: витоки розвитку. *Документознавство. Бібліотекознавство. Інформаційна діяльність: проблеми науки, освіти, практики* : матеріали VIII Між нар. наук.-практ. конф., 17-19 травня 2011р. К., 2011. С.138-141.
108. Філіпова Л. Я. Системи бізнес-аналітики: сучасні тенденції розвитку. *Бібліотекознавство. Документознавство. Інформологія*. 2022. № 1. С. 32-48.
109. Харенко О. В. Поняття «інформація» в юридичній науці та законодавстві України. *Часопис Київського університету права*. 2014. № 3. С. 119-124.
110. Хмельницький О. О. Інформаційна культура : навч. посіб. Київ: КНТ, 2007. 200 с.
111. Чернишова Т.В. Правові режими інформації за законодавством України. *Право і суспільство*. 2012. № 4. С. 97-101.
112. Швець І. Б., Буряк В. В. Оценка эффективности информационных систем в управлении информационными ресурсами. *Наукові праці Донецького національного технічного університету*. Серія: Економіка. 2005. Вип. 97. С. 11-20.
113. Шевчук С. В., Клименко І. В. Анотування і реферування наукових текстів. *Українська мова за професійним спрямуванням* : підручник. К., 2011. С. 553–560.
114. Шубина О. А. Информационный ресурс: понятие, виды. *Вестник КГАУ*. 2011. № 12. С. 312–314.
115. Шульга О. В. Впровадження інформаційних систем управління виробництвом як фактор ефективного функціонування підприємства. *Вісник національного технічного університету «ХПИ»*. 2010. Вип. 61. С. 12-15.
116. Claude E. Shannon, Warren Weaver: *The Mathematical Theory of Communication*. The University of Illinois Press, Urbana, Illinois, 1949.
117. Norbert Wiener. *Cybernetics: Or Control and Communication in the Animal and the Machine*. Paris, (Hermann & Cie) & Camb. Mass.; 2nd revised ed. 1961.



# ДОДАТКИ

Додаток 1

## Режими обслуговування, характерні для органів інформації

Режим	Короткий зміст	Види послуг
1. Диференційоване забезпечення процесів керівництва (ДЗК)	Систематичне інформаційне забезпечення керівників різних рівнів спеціалізованою, в т. ч. оглядово-аналітичною інформацією за поточними надходженнями на основі корегованих постійно діючих вимог щодо обслуговування	Документальні, індивідуальні або групові зі зворотним зв'язком, які задовольняють потребу у концептуальній інформації
2. Вибіркове розповсюдження інформації (ВРІ)	Поточне і ретроспективне інформаційне забезпечення окремих споживачів зі встановленою періодичністю за заданою тематикою	Документальні, групові, зі зворотним зв'язком, що задовольняють потребу в адресній і фактографічній інформації
3. Інформаційне опанування розробки поточних і перспективних планів	Випереджувальне інформування складачів планів, організаційно-технічних заходів інформацією про подібну діяльність, що здійснюється в країні і за кордоном	Документальні, індивідуальні, які задовольняють потребу у адресній і фактографічній інформації
4. Інформаційне забезпечення і супровід науково-технічних програм	Колективне інформування розробників етапів програм зі встановленою періодичністю стану їх виконання	Документальні, групові зі зворотним зв'язком, які задовольняють потребу у фактографічній інформації
5. Інформаційне обслуговування за разовими запитами (запит-відповідь)	Індивідуальне забезпечення різними видами інформаційної продукції за потребам, сформульованими у вигляді одноразової вимоги на обслуговування	Документальні, індивідуальні, що задовольняють потребу в адресній, фактографічній інформації і джерелах
6. Бібліотечно-бібліографічне обслуговування	Обслуговування опублікованими і неопублікованими документами і матеріалами, спрямоване на задоволення абонентів у первинних джерелах інформації, переважно книжно-журнальною продукцією	Документальні, індивідуальні, разові за джерелами інформаційного органу
7. Заходи зо пропаганди інформаційних джерел	Інформування за допомогою усних, наочних і аудіовізуальних засобів, форм, методів і ЗМІ, а також на основі особистих контактів та інших способів неформальної комунікації	Нематеріальні або матеріальні, групові або масові, одноразові або зі зворотним зв'язком, що задовольняють потребу в адресній, фактографічній і концептуальній інформації

## Основні види інформаційної продукції інформаційних органів підприємств і організацій

Найменування (вид)	Зміст
<b>Проста (базова) інформація</b>	
1. Аналог	Впорядкований вибір параметрів, які є базою порівняння для нової розробки
2. Анкета	Впорядкований перелік даних встановленої форми, які характеризують параметри проблеми
3. Анотація	Коротка (до 600 друк. зн.) характеристика документу з точки зору його змісту, призначення і форми
4. Бібліографічний опис	Сукупність відомостей про документ, ідентифікуючий його в ряду інших документів
5. Карта інформаційна про НДР тощо	Документ встановленої форми, який містить відомості про завершену роботу чи її етап, що має самостійне значення
6. Карта інформаційна про передовий досвід	Документ, що містить впорядкований набір відомостей про впроваджене нововведення
7. Карта реєстраційна НДР тощо	Документ встановленої форми, що містить уніфікований набір відомостей про почату НДР
8. Копія документу (будь-яка)	Зображення документу, адекватне змісту оригіналу
9. Листок інформаційний	Структурно уніфікований документ, який містить короткий опис і інші характеристики розробленого нововведення, товару, послуги; Реферативне неперіодичне видання відомостей щодо передового виробничого досвіду або науково-технічного досягнення
10. Переклад	Відтворений засобами іншої мови текст, який забезпечує точну передачу інформації, яка є у вихідному документі
11. Проспект	Інформаційний матеріал рекламного характеру, який вміщує відомості про товар, послуги
12. Реферат	Скорочене (500-2500 друк. зн.) викладення змісту первинного документу (або його частини) з основними фактичними відомостями і висновками
13. Стаття (оглядова, аналітична, інформаційна)	Оригінальний твір обсягом до 1,0 а. а., що інтерпретує наукові, технічні ідеї, або вміщує факти наукового і/або виробничого характеру, призначені для друкування, депонування чи масового читання

Найменування (вид)	Зміст
14. Сценарій	Оригінальний твір, який являється документованою основою для заходів ЗМІ
15. Експонат виставочний	Продукція (вироби, макети, моделі), призначена для демонстрації на виставці
<b>Складна інформація</b>	
1. База даних	Впорядкована сукупність бібліографічних описів документів, записів анотацій (рефератів) або витягів з документів, фактичних даних на цифрових носіях
2. Каталог, картотека	Впорядкована сукупність бібліографічних описів документів, записів анотацій (рефератів) або витягів з документів, фактичних даних на паперових носіях
3. Бюлетень нових надходжень	Систематизований перелік бібліографічних описів документів, які надійшли в документно-інформаційний фонд (ДІФ)
4. Масив інформаційно-пошуковий	Комплект вторинних документів (карток, друкованих копій тощо) на задану тематику
5. Огляд реферативний	Документ, який містить короткі систематизовані відомості про певну сукупність об'єктів, отримані на основі оцінок, які дали автори аналізованих інформаційних джерел
6. Повідомлення (оповіщення) інформаційне	Відомості про поповнення ДІФ, проведення заходів за фіксований проміжок часу
7. Оповіщення (повідомлення) адресне	Інформаційне повідомлення, яке містить адреси документів або утримувачів інформації по конкретній проблемі, питанню
8. Оповіщення (повідомлення) сигнальне	Інформаційне повідомлення про нові документи, заходи за певною тематикою
9. Перелік, список, покажчик	Систематизований у певному порядку бібліографічний опис з анотаціями чи без них опублікованих і неопублікованих інформаційних джерел
10. Відбірка (довідка) тематична	Спеціально оброблені документи (копії) або відомості про них певної тематичної спрямованості
11. Список бібліографічний тематичний	Систематизований перелік бібліографічних описів певної тематики за фіксований проміжок часу
12. Довідка фактографічна	Документ, який характеризує певні факти і події з конкретного питання (теми) на основі вибору необхідних даних з джерел інформації; невиданий вторинний інформаційний документ, в якому на основі пошуку, відбору, оцінки, аналізу та

Найменування (вид)	Зміст
	узагальнення фактографічної інформації наведені відомості, що характеризують стан окремого питання (проблеми) в галузі науки, техніки та виробництва в країні й за кордоном.
<b>Комплексна інформація</b>	
1. Доповідь	Документ, який містить попередньо відібрані і проаналізовані дані про важливі досягнення у досліджуваній сфері з висновками і пропозиціями
2. Досьє	Систематизована і постійно доповнювана відбірка даних, відомостей про певний напрямок діяльності
3. Огляд аналітичний	Документ, який містить систематизовані відомості про певну сукупність об'єктів, отриманих на основі аналізу і оцінки інформаційних джерел
4. Довідка	Документ, який містить короткі систематизовані відомості про окремі аспекти проблеми чи питання і рекомендації щодо їхнього вирішення на основі аналізу первинних джерел інформації