

## **МЕТОДИКА СТВОРЕННЯ ДОКУМЕНТНОЇ ІНФОРМАЦІЙНО-АНАЛІТИЧНОЇ ПРОДУКЦІЇ**

Мотова А. В.

Науковий керівник – доц. каф. «Обліку, аналізу і аудиту», канд. екон. наук Башинська І.О.

Ми живемо в постіндустріальному (інформаційному) світі, 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. Користувачами «інформаційної продукції» можуть бути громадяни, державні органи, підприємства, установи, організації тощо [1; 2; 3].

Інформаційна продукція може бути представлена як в матеріальній (інформаційний продукт), так і не в матеріальній формі (інформаційні послуги).

До загальної методики підготовки інформаційного документа належать такі послідовні операції:

- уточнення інформаційної потреби споживача (споживачів) інформації, визначення кола і послідовності перегляду джерел;
- визначення цільового призначення інформаційного документа, який відповідає інформаційному запиту споживача;
- бібліографічний пошук і відбір існуючих інформаційних документів, що відповідають запиту споживача з метою відбору релевантних і пертинентних документів;
- по можливості повне виявлення первинних документів, профільних з інформаційним запитом споживача (інформаційна розвідка, попередній аналіз документів);
- аналіз виявлених первинних документів та диференціація їх на «потрібні – непотрібні», відбір необхідних для здійснення аналізу і синтезу їх (проміжний аналіз);
- всебічний аналіз змістових і формальних характеристик первинного документа (остаточний аналіз);
- визначення структури та послідовний виклад змісту вторинної інформації в інформаційному документі [4,с.272].

Смислова відповідність між інформаційним запитом і отриманим повідомленням називається релевантністю. Основна вимога – отримати максимум інформації при

мінімумі тексту, малій кількості документів, забезпечити компактність і високу інформаційну місткість вторинного документа [5, с.460].

Критерій новизни, оригінальності документа має, як правило, подвійне значення: інформація може бути новою з погляду проінформованості споживача і з погляду розвитку тієї чи іншої галузі. У другому випадку інформацію називають оригінальною, первинною, такою, що не має аналогів у своїй сфері. Саме новизна інформації з погляду розвитку науки, техніки, економіки, культури є основним критерієм інформативності документа.

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 [6, с.193].

#### Список використаної літератури

1. Закону України «Про інформацію».
2. Bashynska I.O. Using SMM by industrial enterprises // Aktual'ni Problemy Ekonomiky=Actual Problems in Economics, 12 (186), 360-369
3. Bashynska I. Information security of trade secrets of industrial enterprises (Інформаційна безпека комерційної таємниці промислових підприємств) // Съвременни проблеми на регионално развитие: Събрани статии. Т. 2. – Академично издателство на Аграрния университет Пловдив, България, 2014. – 368 с. – С. 174-176
4. Кушнарєнко Н. Н. Наукова обробка документів: підручник/ Н. Н. Кушнарєнко, Б. К. Удалова. – 4-е вид.- К.: «Знання», 2006.–301 с.
5. Кушнарєнко, Н. Н. Документоведение: учебник. — 7-е изд., испр.- К.: «Знання», 2008. – 460 с.
6. Сілкова Г. В. Інформаційно-аналітичні дослідження як особливий аспект інформаційної діяльності / Г. В. Сілкова // Українська культура: минуле, сучасне та шляхи розвитку: міжвуз. зб. наук. пр.- Рівне, 1997. –188-193 с.