

аматорськи, а з орієнтацією на найкращі приклади в цій сфері, такі як, скажімо, сайт агентства CNN (www.cnn.com) чи електронна версія американської газети Нью-Йорк Таймс (www.nytimes.com).

Реалії, на жаль, показують протилежне: значна частина новин передає спотворену інформацію, має місце маніпулювання та недостовірність фактів. А це недопустимо, бо часто, онлайн новини стають джерелом для інших медіа, а тому вимоги до якості журналістських текстів в Інтернеті мають бути чіткими і прискіпливими.

ЛІТЕРАТУРА

1. Гол Дж. Онлайн журналістика / Пер. з англ. – К. : К.І.С., 2005. – 344 с.
2. Гриценко О. Влада інформації, її місце й роль в інформаційному суспільстві / О. Гриценко // Наукові записки Інституту журналістики. – К., 2001; режим доступу: <http://www.journlib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=42>
3. Джерри Хоникатт. Использование Internet. 2-е издание / Пер. с англ. – К. : Диалектика, 1997. – 304 с.
4. Мелешенко О.К. Взаємодія ЗМІ: нові форми як відповідь на виклики часу / О.К. Мелешенко // Вісник Запорізького державного університету: Збірник наукових статей. Філологічні науки. – Запоріжжя : ЗНУ, 2002. – 178 с.
5. Сенюк А. Роль Інтернету у формуванні медіа-свідомості під час виборів 2004 року / А. Сенюк // Нова філологія. Збірник наукових праць. – Запоріжжя : ЗНУ, 2005. – № 3 (23). – Т. 2. – 176 с.
6. Смирнов Д. «Сетелистика» [Електронний ресурс] // Режим доступу до ресурсу: <http://vn.ru/990517/0517-26-29.html>.
7. Паньо Т. «Випічка» інтернет-новин. Український рецепт // Дзеркало тижня. – 2005. – 6–12 серп. [Електронний ресурс]. – Режим доступу до ресурсу: www.dt.ua/3000/3050/50788.

Markiv O. Communicative effect journalistic online content

The paper describes the principles and style of presentation of information in the Internet, the peculiarities of establishing contact between authors and consumers, analyzed measures and ways to improve the communicative value of journalism online material.

Keywords: *online material, online journalism, communicative effect.*

УДК 025.4.03:002(048.3)

Є.О. ШАРУНЕНКО

РОЛЬ І МІСЦЕ РЕФЕРАТИВНИХ ДОКУМЕНТІВ У ПІДВИЩЕННІ ІНФОРМАЦІЙНО-ПОШУКОВОЇ КУЛЬТУРИ ДОСЛІДНИКА

У статті розглянуто культуру пошуку інформації та місце реферативного документа в цьому процесі. Описано функції рефератів та особливості їх читацької спрямованості.

Ключові слова: інформаційна культура, інформаційний пошук, інформаційні видання, реферативне видання, реферат, читацька спрямованість, споживачі інформації.

Під інформаційною культурою розуміють такий рівень інформаційної підготовки, який дозволяє людині не тільки вільно орієнтуватися в потрібному інформаційному середовищі, а й брати участь у його формуванні та перетворенні, сприяти інформаційним контактам [1].

Категоріями інформаційної культури особистості можна вважати її вміння формулювати свою потребу в інформації, ефективно здійснювати пошук необхідної інформації в усій сукупності інформаційних ресурсів, переробляти і створювати якісно нову інформацію, підтримувати індивідуальні інформаційно-пошукові системи, відбирати та оцінювати інформацію, а також здатність до інформаційного спілкування і комп'ютерну грамотність.

Інформаційна культура та розумова праця в будь-якій їх формі завжди пов'язані з пошуком інформації. На сучасному етапі ускладнюється система пошуку, поступово вона перетворюється в спеціальну галузь знань. Знання та навички в цій сфері людської діяльності стають все більш обов'язковими для будь-якого споживача інформації [2].

Основними видами видань та заходів, що допомагають читачеві знаходити інформацію та орієнтуватися в ній, можуть бути такі: реферативні журнали; бюлетені сигнальної інформації; експрес-інформація; аналітичні огляди; реферативні огляди; каталоги і картотеки; бібліографічні покажчики; бюлетень нових надходжень; виставки нових надходжень; бібліографічні огляди; семінари; тематичні підбірки; друковані бібліографічні картки; анотовані друковані бібліографічні картки; реферати; фактографічна інформація на картках; копії змісту поточних (іноземних) журналів, що дозволяють скласти уявлення про зміст номера [3].

Під час пошуку релевантної інформації дуже корисно ознайомитися саме з інформаційними виданнями. Інформаційні видання містять не тільки відомості про публікації в пресі, але і короткий огляд їхнього змісту. Над випуском інформаційних видань працюють інститути, центри та служби науково-технічної інформації. Інформаційні видання поділяються на три види: бібліографічні, реферативні та оглядові.

Реферативні видання містять публікації рефератів, включають скорочений виклад змісту первинних документів (або їх частин) з основними фактичними відомостями і висновками.

Реферування – це процес аналізу первинного документа й складання реферату. Це інтелектуальний творчий процес, що потребує осмислення, аналітико-синтетичної обробки інформації та створення нового документа – реферату, котрий має специфічну мовностилістичну форму.

Ознайомлення з рефератами дає змогу оперативно одержати коротку інформацію про зміст первинних документів і завдяки цьому максимально правильно вирішити питання про необхідність їх використання. Інколи таке ознайомлення навіть замінює вивчення першоджерела, що особливо важливо, коли воно з якихось причин недоступне.

Реферати часто розглядають як моделі первинних документів, оскільки вони не тільки передають зміст, а й зберігають читацьку спрямованість документа, який реферується.

При використанні рефератів реалізується ціла низка різноманітних функцій. Основними функціями реферату вважаються такі: інформаційна, індикативна, пошукова, адресна, довідкова, науково-комунікативна, сигнальна, прогностична і функція індексування [2].

Реферат можна розглядати в якості пошукової системи. Користуючись рефератами, споживач здійснює за ним безпосередній пошук інформації, причому інформації фактографічної. У цьому виявляється пошукова функція реферату, а також функція довідкова, оскільки інформація, яку видобувають з нього, багато в чому представляє довідковий інтерес. Щоб реферат виконав пошукові функції, він повинен характеризувати реферовані джерела не тільки змістовно, а й описово. Це ще одна властивість реферату, його індикативність. Реферат, виконуючи індикативну функцію, вказує на існування, наявність відповідного документа (наприклад, депонованого рукопису); разом з тим реферат описово характеризує окремі елементи змісту і передає бібліографічні ознаки.

Реферативний журнал в цілому і реферати, що входять до нього, виконують сигнальні функції, повідомляючи про вихід у світ і про наявність первинного джерела інформації. Сигнальні функції рефератів виявляються тоді, коли за допомогою них здійснюється оперативне інформування про плани випуску літератури, про існування неопублікованих, в тому числі депонованих робіт. Для науково-інформаційної діяльності важливо, щоб реферати готувалися і доводилися до споживача, попереджуючи вихід у світ первинних документів. У конкретних установах (університетах, науково-дослідних установах) реферати можуть бути використані для сигнального оповіщення про нові надходження літератури до фонду бібліотеки.

Діапазон використання рефератів дуже широкий. Так, реферати описів винаходів не тільки сповіщають про нові технічні рішення, а й доносять до споживача суть цих рішень, допомагають пошуку патентної документації. Зібрані воедино, вони можуть бути використані при попередній експертизі заявок на винаходи.

Реферат придатний для вирішення ще однієї важливої задачі. Він може бути використаний для індексування змісту тексту первинного документа, що істотно скорочує трудові та часові витрати порівняно з витратами на виконання цієї роботи безпосередньо з першоджерела. У зв'язку з цим реферування та індексування слід розглядати як двоєдиний процес розкриття змісту первинного документа. Оскільки реферування передуює індексуванню, важливо, щоб у рефераті знайшли відображення ті ключові слова, які складають ядро тексту первинного документа.

Існує ряд особливостей, які позначаються на читацькій спрямованості реферату [4]. Реферат є повідомленням вторинного характеру, його тема і зміст обумовлені темою і змістом реферованих джерел інформації. Таким чином,

якщо виключити ті випадки, коли джерело інформації піддається реферуванню по частинах, вибірково, то, загалом, щодо теми і змісту, реферат повинен був би мати таку ж читацьку адресу, що і первинний документ. Зберігається в рефераті і рівень доступності матеріалу, властивий первинному документу. Природно, що, наприклад, у теоретичній статті, в описі винаходу, в методичному посібнику, присвяченим одній і тій самій темі, по-різному будуть розглянуті і з різним ступенем зрозумілості викладені змістові питання. Орієнтовані на читачів відповідних категорій, ці джерела інформації зберігають свою читацьку адресу і в рефератах. Тому реферат можна розглядати як сполучну ланку між читачем і первинним документом.

Друга особливість полягає в тому, що реферат використовується, як правило, незалежно від первинного документа і завжди передує його прочитанню. І необов'язково, щоб після прочитання реферату виникла чи підтвердилася необхідність звернення до первинного документа. В одних випадках реферат показує, що первинний документ просто не заслуговує читання, в інших – реферат несе в собі достатньо інформації, щоб обмежитися його читанням. Таким чином, у цьому сенсі читацька адреса реферату ширша за читацьку адресу первинного документа.

Третя особливість впливає з цільового призначення реферату. При користуванні рефератом читач має іншу спрямованість читання, інший настрій, іншу мету, ніж при читанні первинного документа. У загальному випадку завдання полягає насамперед у тому, щоб за рефератом оцінити первинний документ і визначити своє ставлення до нього.

За функціональними властивостями реферату його споживачів можна розділити на дві групи. Перша – це інформаційні органи, до іншої відносяться індивідуальні споживачі, яких у традиційному розумінні прийнято називати читачами. Споживачі першої групи – це колективні споживачі, такі як галузеві інформаційні центри, бібліотеки різних категорій, інформаційні органи науково-дослідних інститутів, підприємств тощо. Вони не є читачами, особисто потребують інформації. Їхні цілі щодо використання рефератів обумовлені насамперед загальними виробничими та науковими завданнями відповідних галузей, відомств, підприємств, установ. Вони використовують реферати для комплектування довідково-інформаційних карток, каталогів, пошукових масивів; для створення реферативних досьє; для розвідки інформації та документів тощо. До колективних споживачів можна зарахувати також книготорговельні організації, яким на підставі читання рефератів доводиться вирішувати питання про читацьку адресу видань. Таким чином, використання рефератів споживачами першої групи зводиться до інформаційного обслуговування споживачів другої групи. При цьому одне із завдань працівників інформаційних служб полягає в тому, щоб звільнити індивідуальних споживачів від інформаційного пошуку, від необхідності вести первинну обробку джерел інформації. Рішення цього завдання досягається багато в чому завдяки використанню рефератів.

Коло індивідуальних споживачів інформації дуже широке. Однак, незважаючи на це, їх можна розділити на ряд категорій, виходячи з ознаки спільності інформаційних потреб. Велику групу індивідуальних споживачів інформації складають вчені та фахівці, які ведуть наукові дослідження. У самотійну групу виділяються інженери – розробники нової техніки, конструктори. До особливої групи споживачів інформації відносяться керівники установ, що виконують науково-дослідну роботу, керівники підприємств та ін.

Для того, щоб цілеспрямовано і точно адресувати реферат, потрібно враховувати інформаційні запити, зумовлені конкретними цілями дії споживача. При цьому, залежно від споживача інформації, від характеру розв'язуваних ним завдань, від того, для якої функціональної мети складається реферат (для передачі відомостей, для зазначення джерела інформації, для довідки тощо), у ньому можуть бути виділені відповідні дані з первинного документа. Так, якщо реферат складається для того, щоб підкріпити потрібну точку зору або видати вихідну інформацію, наприклад, для розрахунків, то в ньому можна обмежитися довідковими даними. Інформаційні запити легше виявити, і, отже, задовольнити, якщо інформаційна служба і споживач знаходяться в безпосередній близькості і тісному спілкуванні.

ЛІТЕРАТУРА

1. Гречихин А.А. Библиографическая эвристика: История, теория и методика информационного поиска: конспект лекций / А.А. Гречихин. – М. : Моск. полигр. ин-т, 1984. – 48 с.
2. Лутовинова В.І. Реферування як процес мікроаналітичного згортання інформації: практичний посібник / В.І. Лутовинова ; Акад. пед. наук України, Держ. наук.-пед. б-ка України ім. В.О. Сухомлинського. – Київ: Четверта хвиля, 2007. – 72 с. – (На допомогу професійній самоосвіті працівників освітянських бібліотек).
3. Рыбина Л.И. Информационная культура – приоритетное направление библиотечной деятельности / Л.И. Рыбина // Библиография. – 2006. – № 4. – С. 17-22.
4. Теория и практика референтской деятельности: учебное пособие / Под ред. проф. О.Я. Гойхмана. – М. : ИНФРА-М, 1999. – 272 с.

Sharudenko e. Role and place reference document in enhancing information retrieval culture investigator

The article deals with the culture of finding information and a reference document in this process. Described features news and features of their readership orientation.

Keywords: *information culture, information retrieval, information publishing, reference publishing, essay, reader-oriented, consumer information.*