

УДК 025.5:27.7(477-25)

DOI: <http://dx.doi.org/10.30970/his.2023.55.13433>

ДАЙДЖЕСТ ЯК ІНФОРМАЦІЙНО-АНАЛІТИЧНИЙ ПРОДУКТ У НАУКОВІЙ БІБЛІОТЕЦІ ВИЩОГО НАВЧАЛЬНОГО ЗАКЛАДУ

Олена ОМЕЛЬЯНЕНКО-НАБІУЛІНА, Алла МАЛЬШАКОВА

Київський національний університет культури і мистецтв,

Наукова бібліотека

вул. Євгена Коновальця, 36, Київ, 01601, Україна,

e-mail: lib-eps@knukim.edu.ua

ORCID ID: <http://orcid.org/0009-0005-7219-0426> (О. Омеляненко-Набіулїна);

<http://orcid.org/0000-0002-6493-0894> (А. Мальшакова)

У системі забезпечення сталого розвитку вищої освіти визначальним є рівень інформаційно-бібліотечного обслуговування. Місія бібліотеки вищого навчального закладу полягає у створенні єдиного інформаційно-освітнього центру університету, навігації в електронному інформаційному просторі України та світу, забезпеченні інформаційного супроводу наукового та навчального процесів, підвищенні інформаційної культури студентів, аспірантів, науково-педагогічних працівників. Головною тезою статті є характеристика процесу, технології підготовки та структури дайджесту, як форми надання актуальної інформації керівництву вишу.

Дайджести, а саме фрагменти текстів найрізноманітніших документів, виявлені та скомпоновані у відповідності до змісту і логіки запиту, полегшують користувачам самостійний пошук інформації, роботу з традиційними і електронними документами.

Основна функція “Дайджесту з питань політики, економіки, суспільства, освіти, культури і мистецтва”, який щоденно готується співробітниками науково-методичного відділу Наукової бібліотеки Київського національного університету культури і мистецтв упродовж 17 років, полягає в ознайомленні керівництва вишу (ректор, проректори, декани) з актуальними новинами життя України, донесення до абонентів головних тенденцій та фактів політичного, суспільного, культурного життя України, які містяться в першоджерелах відповідної тематики.

“Дайджест...” має сталу структуру та основні розділи: “Законодавча база”, “Політика. Економіка”, “Наука. Освіта”, “Культура. Мистецтво”, містить аналітичні статті та огляди, статистичні дані, фрагменти текстів публікацій.

Отже, дайджест є інформаційним продуктом, що готується для керівництва університету, розглядається як одна з форм згортання інформації, вид її аналітико-синтетичної переробки. У підготовці дайджесту використовуються різні види інформаційних ресурсів: новинні стрічки, електронні копії періодичних видань, аналітичні звіти і дослідження. У кінцевому вигляді “Дайджест з питань політики, економіки, суспільства, освіти, культури і мистецтва” є вторинним документом, сформованим на базі численних первинних інформаційних документів.

Ключові слова: дайджест, інформаційно-аналітична діяльність, інформаційна послуга, інформаційно-аналітична продукція, інформаційний продукт, наукова бібліотека.

Вступ. У сучасному світі головним завданням бібліотеки вищого навчального закладу є забезпечення успішного інформаційного супроводу навчального процесу, підвищення інформаційної культури, формування творчої атмосфери та створення комфортних умов при ознайомленні з різноманітними інформаційними джерелами як у традиційній, так і в електронній формах.

Для досягнення нової якості освіти та її сталого розвитку визначальним є рівень інформаційно-аналітичного обслуговування, максимальне забезпечення науковою, науково-методичною та навчальною літературою, що досягається за допомогою світових електронних ресурсів мережі Інтернет¹. Нові інформаційні технології, впроваджені в традиційні інформаційно-бібліотечні процеси, вплинули на забезпечення освіти необхідною інформацією без обмежень у часі і просторі, покращивши якість обслуговування користувачів, відкриваючи шляхи для розвитку інноваційного мислення та інформаційної культури.

Основна частина. Сьогодні бібліотека вищого навчального закладу є одним із виробників інформаційних продуктів і послуг, основним та історично первинним інформаційним інститутом, який забезпечує суспільне використання соціально значущої документної інформації².

У Законі України “Про інформацію” чітко позначено поняття “інформаційна продукція”, “інформаційна послуга”: “Інформаційна продукція – це матеріалізований результат інформаційної діяльності, призначений для задоволення інформаційних потреб громадян, державних органів, підприємств, установ та організацій”; “Інформаційна послуга – це здійснення інформаційної діяльності у визначений час і визначеній законом формі по доведенню інформаційної продукції до споживачів з метою задоволення їхніх інформаційних потреб”³.

Термін “інформаційний продукт” у довідковій та бібліотечнознавчій літературі має декілька трактувань, але у стандартах, розроблених відповідно до чинного законодавства України, є чітке визначення: “інформаційний продукт (продукція) – матеріалізований результат інформаційної діяльності, призначений для задоволення інформаційних потреб громадян, державних органів, підприємств, установ і організацій”⁴.

¹ Наталія Автономова, “Інформаційні продукти та послуги як результат виробничої діяльності бібліотек,” *Наукові праці Національної бібліотеки України імені В. І. Вернадського* 25 (2009): 253.

² І. О. Скорик, “Трансформація системи довідково-бібліографічного та інформаційного обслуговування наукової бібліотеки університету в умовах впровадження інформаційних технологій,” у *Документознавство. Бібліотекознавство. Інформаційна діяльність: проблеми науки, освіти, практики: матеріали IV Міжнародної науково-практичної конференції, Київ, 21–23 травня 2007 р.* (Київ, 2007).

³ Закон України “Про інформацію”, *Верховна Рада України*, 2 жовтня 1992, дата звернення 12 квітня 2017, <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/2657-12/>.

⁴ ДСТУ 2392-94 “Інформація та документація. Базові поняття. Терміни та визначення”. (Київ: Держстандарт України, 1994).

Схоже визначення наведено в ДСТУ 5034:2008 “Науково-інформаційна діяльність. Терміни та визначення”: “інформаційний продукт (продукція) – документована інформація, підготовлена і призначена для задоволення потреб користувачів”⁵.

У Національній програмі інформатизації, яку Верховна Рада України прийняла 1998 р., закріплено юридичне визначення понять “інформаційна послуга”, “інформаційний продукт”, а також визначено стратегію розв’язання проблеми забезпечення інформаційних потреб українського суспільства⁶.

У Енциклопедичному словнику з державного управління наведено такі визначення цих термінів:

“Інформаційний продукт, продукція – 1) матеріалізований результат інформаційної діяльності, призначений для задоволення інформаційних потреб громадян, державних органів, підприємств, установ і організацій; 2) документована інформація, яка підготовлена і призначена для задоволення потреб користувачів; 3) документована інформація, підготовлена відповідно до потреб користувачів і представлена у вигляді товару; 4) інформаційні ресурси всіх видів, програмні продукти, бази і банки даних та інша інформація, представлена у вигляді товару. Інформаційна продукція – це комп’ютерні програми, бази і банки даних та інша інформація. У сфері державного управління інформаційними продуктами можуть бути, наприклад, законодавчі акти, розпорядження, інструкції, плани соціально-економічного розвитку, програми розвитку міста, документована інформація тощо. Особливістю інформаційних продуктів, що створені в органах державної влади, є те, що в більшості випадків доступ громадян до них має надаватись на безкоштовній основі”⁷.

Таким чином, з позицій виробника, інформаційний продукт – це сукупність даних, сформована виробником для поширення в речовій або нематеріальній формі, він може розповсюджуватися такими самими способами, як і будь-який інший матеріальний продукт, – за допомогою послуг.

Інформаційна послуга – це отримання і надання в розпорядження користувача інформаційних продуктів. З позицій виробника, інформаційна послуга включає дії суб’єктів щодо забезпечення споживачів інформаційними продуктами. У вузькому значенні інформаційна послуга часто сприймається як послуга, отримувана з допомогою комп’ютерів, хоча насправді це поняття набагато ширше⁸.

⁵ ДСТУ 5034:2008 “Науково-інформаційна діяльність. Терміни та визначення” (Київ: Держспоживстандарт України, 2009).

⁶ Закон України “Про Національну програму інформатизації”, *Верховна Рада України*, 4 лютого 1998, дата звернення 15 травня 2017, <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/74/98-вр>.

⁷ *Енциклопедичний словник з державного управління*, укладачі Ю. П. Сурмін, В. Д. Бакуменко, А. М. Михненко; за редакцією Ю. В. Ковбасюка, В. П. Трощинського, Ю. П. Сурміна (Київ: НАДУ, 2010), 298.

⁸ Там само, 295.

Специфіка інформаційно-аналітичних продуктів бібліотек, їх різновиди та технологія підготовки детально і всебічно розглядаються у доробках вітчизняних дослідників Н. Кушнарєнко, О. Матвієнко, М. Цивіна, Н. Автономова, В. Бондарєнко, І. Вишневської, Л. Новакової, С. Дригайла, І. Терещенко та ін. Вони також схиляються до наведеного вище трактування понять “інформаційна послуга” та “інформаційний продукт”. О. Матвієнко трактує інформаційну послугу як отримання та надання в розпорядження користувача інформаційного продукту, котрий виступає у вигляді специфічної послуги, коли певна інформація надається споживачеві. Як інформаційним продуктом, так і інформаційною послугою завжди є інформація, певне повідомлення, або надання засобів для отримання інформації⁹.

У статті С. Дригайла охарактеризовано інформаційні продукти та послуги в бібліотечній сфері¹⁰. Автор акцентує увагу на класифікації та застосуванні інформаційних продуктів наукових бібліотек. Н. Автономова та В. Бондарєнко розглядають особливості та основні етапи створення інформаційно-аналітичного продукту як результату інформаційно-аналітичної діяльності бібліотек¹¹. І. Вишневська досліджує питання електронної інформаційно-аналітичної продукції як засобу вдосконалення обслуговування користувачів¹². І. Терещенко уточнює зміст поняття “інформаційний ринок” та особливості формування національного ринку електронних інформаційних продуктів та послуг¹³.

Виходячи з вищезазначеного, було з’ясовано, що при підготовці інформаційних послуг актуальності набувають процеси пошуку і розповсюдження інформації; визначення інформаційних потреб; надання інформації; оцінювання якості наданої інформації споживачем. Це стає особливо важливим при користуванні електронним інформаційним ресурсом. При створенні інформаційних продуктів увагу приділяють процесам збору та обробки вихідної інформації, організації інформаційних масивів, а також зберіганню інформації.

⁹ Оксана Матвієнко, “Бібліотеки органів державної влади: специфіка завдань діяльності. Постановка проблеми та її зв’язок з практичними та науковими завданнями,” у *Книгознавча школа: антологія* (Київ: Видавництво Ліра-К, 2016), 580–584.

¹⁰ Сергій Дригайло, “Бібліотечно-інформаційні продукти і послуги для користувачів наукових бібліотек,” *Бібліотекознавство. Документознавство. Інформологія* 4 (2010): 79–86.

¹¹ Автономова, “Інформаційні продукти та послуги,” 253–260; Вікторія Бондарєнко, “Технологія створення і специфіка використання інформаційно-аналітичного продукту в контексті запитів сучасних замовників,” *Наукові праці Національної бібліотеки України імені В. І. Вернадського* 25 (2009): 305–314.

¹² Ірина Вишневська, “Електронні інформаційно-аналітичні продукти бібліотек як засіб удосконалення обслуговування користувачів,” *Наукові праці Національної бібліотеки України імені В. І. Вернадського* 18 (2007): 5–12; Ірина Вишневська, “Особливості використання інформації соціальних мереж в інформаційно-аналітичній діяльності,” у *Бібліотека. Наука. Комунікація: матеріали міжнар. наук. конф. (Київ, 6–8 жовт. 2015)*, (Київ: Національна бібліотека України імені В. І. Вернадського, 2015), ч. 1, 233–235.

¹³ Ірина Терещенко, “Особливості формування національного ринку електронно-інформаційних продуктів, послуг та сучасна бібліотечна діяльність,” *Наукові праці Національної бібліотеки України імені В. І. Вернадського* 30 (2011): 216–227.

На думку Н. Автономової, для забезпечення більшої ефективності в обслуговуванні користувачів необхідно поєднати ці два види інформаційного сервісу, так як принцип якості в діяльності бібліотеки істотно впливає на її імідж як виробника інформаційних продуктів і послуг, а також установи та інституту суспільства, що змінює ставлення до пропонованих продуктів і послуг як пересічних громадян, так і владних структур¹⁴.

Традиційно “бібліотечними” можуть бути визнані послуги, реалізовані на базі документних фондів бібліотек та їх об’єднань (бібліотечних мереж і систем). Надання послуг, своєю чергою, вимагає створення специфічних бібліотечних (бібліографічних) продуктів: каталогів, картотек, баз даних, бібліографічних списків, покажчиків літератури, інформаційних бюлетенів тощо.

Таким чином, предметом бібліотечної послуги можуть бути: документи або їх копії; бібліографічна інформація (уточнений бібліографічний опис, списки, покажчики літератури); факт або добірка фактів; консультації, що полегшують читачам самостійний пошук інформації, роботу з традиційними і електронними документами; тематичні підбірки, а також дайджести (фрагменти текстів найрізноманітніших документів, виявлені і скомпоновані у відповідності до змісту і логіки читачького запиту).

Отже, детальніше розглянемо таку форму інформаційної продукції, як дайджест, що і є основною метою цієї статті.

Сучасний словник літератури і журналістики так визначає термін: “Дайджест (преса) (англ. *Digest* – стислий виклад, резюме) – інформаційний продукт (видання, стаття, підбірка), який містить короткі анотації та основні положення статей, або в якому стисло передається зміст найцікавіших публікацій за певний період. Формат зручний для ознайомлення з основними новинами певної тематики, змістом дослідження”¹⁵.

Енциклопедичне видання “Книгознавство” дає таке визначення: “Дайджест – (англ. *Digest* – короткий виклад), 1) дешеве масове видання, що містить короткий, адаптований виклад тексту популярного художнього твору. Дайджести особливо розповсюджені в капіталістичних країнах; 2) журнал, який передруковує (часто скорочено) найбільш цікаві матеріали з інших видань”¹⁶.

У “Словнику книгознавчих термінів” поняття дайджесту розкривають так: “1. Періодичне чи продовжуване видання, що містить матеріали, передруковані з інших видань у скороченому, як правило, адаптованому вигляді. 2. Неперіодичне видання, що містить короткий, зручний для сприйняття переказ оригінального тексту чи у формі вільного перекладу”¹⁷.

¹⁴ Автономова, “Інформаційні продукти та послуги,” 259.

¹⁵ Ігор Михайлин, *Основи журналістики* (Київ: ЦУЛ, 2002), 196.

¹⁶ *Книговедение: энциклопедический словарь*, редколлегия: Николай Сикорский и др. (Москва: Советская энциклопедия, 1982), 165.

¹⁷ Василь Буран, та ін., *Словник книгознавчих термінів* (Київ: Аратта, 2003), 45.

Велика українська енциклопедія трактує поняття “дайджест” як “інформаційний продукт (видання, стаття, підбірка), який містить короткі анотації та основні положення статей, чи в якому стисло передається зміст найцікавіших публікацій за певний період”¹⁸.

Історично дайджест виник і сформувався як інформаційний жанр, головним призначенням якого було вилучати з першоджерел тільки таку об’єктивну інформацію (з погляду читача), що була необхідна для певної справи. Доречно згадати “Дигести” візантійського імператора Юстиніана – збірник витягів із творів знаменитих римських правознавців, авторів його “Кодексу”, який ліг в основу європейської юриспруденції. І вже на початку XIV ст. слово *digest* з’явилося в англійській мові, де набуло також значення “довідник, компендіум; список, каталог; розуміти, сприймати, переробляти інформацію”¹⁹.

Історію становлення жанру дайджесту описав І. Михайлин, який визначає це поняття так: “Дайджест – (англ. Digest – короткий виклад): 1) тип журналу, в якому передрукуються матеріали з інших видань в скороченому і, як правило, спрощеному вигляді; 2) масове видання, що містить короткий адаптований виклад популярних творів художньої літератури”²⁰.

Науковці-практики Н. Кушнарєнко і В. Удалова розглядають дайджест як вторинний документ, результат аналітико-синтетичної обробки первинних документів, що містить новий текст “на завдання”: до рішення, яке приймає керівник; до навчального завдання, запропонованого студентам; на потреби педагога, бізнесмена, які мають використати новий матеріал тощо.

Вчені-інформацієзнавці Д. Блюменау та І. Захарова розглядають дайджест як одну з форм згортання інформації, при складанні якого використовують аналітико-синтетичну переробку, в результаті якої змінюється фізичний обсяг документа, але при цьому його інформативність не зменшується²¹.

Українські науковці О. Матвієнко та М. Цивін визначають дайджест як “фрагменти текстів багатьох документів (цитати, витяги, конспекти, рідше реферати), що дібрані за певною темою, не забезпеченою узагальнюючими публікаціями, за логікою і сферою інтересів реальних чи потенційних споживачів”²².

На сьогодні в Інтернеті існує велика кількість дайджестів, призначених для широкої цільової аудиторії. Перш за все, це дайджести преси, орієнтовані на певну тематику: економічну, політичну, культурну, спортивну, музичну і т. п.; є дайджести документів – нормативних і законодавчих. З’явилися

¹⁸ Велика українська енциклопедія. Словник, керівник авторського колективу Алла Киридон (Київ: Державна наукова установа “Енциклопедичне видавництво”, 2015), 176.

¹⁹ Михайло Гетьманець і Ігор Михайлин, *Сучасний словник літератури і журналістики* (Харків: Прапор, 2009), 184–185.

²⁰ Ігор Михайлин, *Основи журналістики* (Київ: ЦУЛ, 2002), 198–199.

²¹ Дмитрій Блюменау, *Информационный анализ/синтез для формирования вторичного потока документов* (Санкт-Петербург: Профессия, 2002), 130–135; Ірина Захарова і Людмила Філіпова, *Основи інформаційно-аналітичної діяльності* (Київ: Центр учбової літератури, 2013), 250–254.

²² Оксана Матвієнко і Михайло Цивін, *Інформаційний менеджмент* (Київ: Видавничий Дім “Слово”, 2007), 200.

розсилки-дайджести, при складанні яких використовують методику нормалізованого згортання, а відтак змінюється фізичний об'єм документа, але при цьому його інформативність не зменшується. Основний метод – це екстрагування, тобто витяг з документа найбільш змістовно цінних в цитат.

Розвиток інформаційних технологій дозволив створювати дайджести в електронному вигляді. Існуючі в даний момент форми дайджестів можна розділити на чотири основні групи: друковані дайджести, електронні дайджести (як версії друкованих), Інтернет-дайджести (що не мають паперових аналогів), теле-, відео- та радіодайджести.

Проаналізувавши зазначені праці, можна сформулювати поняття дайджесту як засобу отримання і засвоєння впорядкованої інформації, зазвичай з різних джерел. Основна функція дайджесту – донесення до користувача головних ідей і фактів, які містяться в джерелі. Дайджести можуть містити аналітичні огляди, статистичні дані, фрагменти текстів публікацій, офіційні і нормативні документи, підібрані за визначеною темою та ін. Кожен фрагмент, вилучений із тексту, супроводжується посиланням на опис документа в цілому. Відмінність дайджесту від покажчика полягає в тому, що при його складанні групують фрагменти текстів, а не документи.

Характерними особливостями дайджесту є вузька тематика, різні аспекти розгляду проблеми, відмінність точок зору різних авторів тощо. Відбираючи матеріал для дайджесту переглядаються як книжки, періодичні видання, так і Інтернет-публікації. Така форма подачі інформації у вигляді дайджесту дуже своєчасна і актуальна. Вона дозволяє з мінімальними затратами часу ознайомитися з останніми новинами теми, а також з різними масивами документів.

У сучасних бібліотеках функція дайджестів, як і довідок, статей у довідниках і енциклопедіях, реферативних оглядах, застосовується для орієнтації користувачів в інформаційному потоці, максимально достовірного відображення фактоконцептографічного змісту первинних документів. “Сьогодні бібліографічні списки і покажчики не відповідають вимогам комфортності, а замість дібраних на їх основі повних текстів надається перевага дайджестам, фактографічним та аналітичним довідкам. Зміни та ускладнення інформаційних потреб пов'язані не тільки з динамічним характером діяльності фахівців, а і з їх орієнтацією в проблемі: фахівець починає бачити більш широко і глибоко вирішуване завдання, виявляє його взаємозв'язки з іншими проблемами та іншими галузями”, – зазначає О. Матвієнко²³.

Основною місією наукової бібліотеки вишу є створення єдиного інформаційно-освітнього центру університету, навігація в електронному інформаційному просторі України та світу, зберігання наукової спадщини, створеної науково-педагогічним колективом протягом усієї історії існування навчального закладу.

²³ Оксана Матвієнко, “Бібліотеки органів державної влади: специфіка завдань діяльності. Постановка проблеми та її зв'язок з практичними та науковими завданнями,” у *Книгознавча школа: антологія*, укладач Валентина Медведєва (Київ: Ліра-К, 2016), 580–584.

Нові інформаційні відносини у суспільстві закладають нові вимоги до державного управління. Сучасний керівник має бути політично зрілим, володіти економічними та цільовими методами управління, уміти здійснювати науковий, економічний аналіз, мати системне, перспективне мислення, організаторські здібності, забезпечувати здоровий мікроклімат, бути комунікабельним, здатним постійно розширювати рівні своєї компетенції (вишівський, регіональний, державний, міждержавний)²⁴.

Враховуючи потреби оперативного одержання конкретних відомостей, а також для покращення інформаційного забезпечення навчально-виховної та науково-дослідної роботи професорсько-викладацького складу, аспірантів та студентів вишу, підвищення кваліфікації науково-педагогічних працівників, у структурі бібліотеки Київського державного інституту культури 1980 р. було створено Службу наукової інформації, зі створенням якої істотно змінився характер роботи бібліотеки. Це сприяло розвитку зв'язків з усіма структурними підрозділами навчального закладу. Вивчення інформаційних потреб та їх забезпечення вплинуло і на всі сфери діяльності бібліотеки.

Інформаційна діяльність бібліотеки здійснювалася відповідно до тем науково-дослідної, педагогічної та методичної роботи вишу. Особливе місце у фонді на той час займали інформаційні видання Інформкультури, Інституту наукової інформації з суспільних наук Російської академії наук, Науково-дослідного інституту вищої школи – оглядова, реферативна, бібліографічна та експрес-інформація, які використовували в оперативному інформуванні та ретроспективному пошуку джерел інформації. З метою найбільш повного забезпечення інформаційних запитів активно використовували довідково-інформаційні фонди Республіканського інформцентру, для найважливіших документів замовляли ксерокопії у Всесоюзному інформаційному центрі.

У 1986 р. на базі служби інформації створили відділ наукової інформації. Його основним завданням стало систематичне виявлення та наукове опрацювання інформаційних джерел з питань культури і мистецтва; інформаційно-довідкове обслуговування викладачів відповідно до їх потреб; підготовка бібліографічних списків за тематикою наукових досліджень вишу та оглядів з актуальних питань розвитку культури і мистецтва в Україні та світі.

З метою забезпечення інформаційних потреб керівництва університету з 2000 р. для науковців вишу почали готувати реферативну інформацію в режимі диференційованого забезпечення інформацією. Використання цієї форми довідково-інформаційного обслуговування сприяло цілеспрямованому відбору джерел, аналітичному опрацюванню і підготовці інформації у вигляді аналітичного “Дайджеста новин”, основними джерелами наповнення якого на той час були газетні та журнальні публікації.

²⁴ Матвієнко і Цивін, *Інформаційний менеджмент*, 152.

З розвитком інформаційних технологій форма, зміст і наповнення “Дайджесту новин” суттєво змінилися, як і його назва – “Дайджест з питань політики, економіки, суспільства, освіти, культури і мистецтва” – та пошукова база. Інформаційні ресурси мережі Інтернет стали основними джерелами дослідження актуальної політичної, соціально-економічної, наукової та культурно-мистецької ситуації в країні. У підготовці дайджесту стали використовувати різні види інформаційних ресурсів: новинні стрічки (online-новини); електронні копії періодичних видань, аналітичні звіти і дослідження.

На сьогодні “Дайджест з питань політики, економіки, суспільства, науки, освіти, культури і мистецтва” готують щодня для керівництва вишу – ректора, проректорів та деканів факультетів.

Технологія підготовки дайджесту – це послідовність наступних кроків: обов’язкове уточнення запиту користувача, моніторинг інтернет-ресурсів, виявлення цікавої для користувача інформації, процес екстрагування (вилучення фрагментів тексту) або використання повнотекстових статей, групування матеріалу, складання допоміжного апарату (зміст, таблиці, графіки тощо). Структура дайджесту стандартна і має такий вигляд: титульна сторінка, законодавча база, хроніка останніх подій в Україні та світі, тематичні розділи, додатки.

“Дайджест...” починають з новин та матеріалів офіційних сайтів, де публікують законодавчі документи з офіційних порталів Верховної Ради, Президента, Кабінету Міністрів, Міністерства освіти і науки, Міністерства культури України.

Наступним розділом дайджесту є стислий огляд новин політичного, соціального та економічного життя суспільства за поточний день. Найбільш інформативно наповненими з питань політики та соціально-економічних новин, на наш погляд, є сайти “Інформаційно-аналітичне агентство Українські Національні Новини”, “Державне інформаційне агентство України Укрінформ”, “Новини УНІАН”, “Інтерфакс-Україна”, “Інформаційне агентство Liga.net”, “Український тиждень”, “Радіо Свобода”, “BBC – українська служба”, “DW-WORLD – Німецька хвиля”, “Українська правда” та ін.

Ю. Нестеряк і Е. Могилевська зазначають, що у процесі пошуку інформації для подальшої аналітичної обробки варто звертати увагу на ті сайти, де інформація характеризується високою достовірністю, якістю, унікальністю, посиленнями на надійні джерела. Зокрема, це сайти інформаційних агентств світового рівня, державних установ (центральных, регіональних владних структур), міжнародних організацій, бібліотек, наукових конференцій, семінарів та інших заходів, вищих навчальних закладів²⁵.

²⁵ Юрій Нестеряк, “Інформаційні агентства України в контексті масово-інформаційної діяльності,” *Наукові записки Інституту журналістики* 11 (2003): 111–114; Эльвира Могилевская, “Информационные агентства в современном сетевом пространстве,” *Научно-культурологический журнал*, 5 грудня 2007, дата звернення 8 травня 2017, <http://www.relga.ru/Environ/WebObjects/tgu-www.woa/wo/4.2.0.0.0.21.0.1>.

Коротко охарактеризуємо три різні за формою власності інформаційні агентства, які найчастіше використовують для розділу новин: “Інтерфакс – Україна” (міжнародне агентство), “Укрінформ” (державне), “Українські національні новини” (приватне). На сьогодні більшість провідних інформагентств – це самостійні мережеві масові видання. Вони характеризуються відсутністю друкованих аналогів, а також тим, що розраховані на широке коло мережевих споживачів.

“Інтерфакс – Україна”. Агентство “Інтерфакс – Україна” входить до складу міжнародної інформаційної групи “Interfax Information Services”. Група забезпечує поширення новин десяткам тисяч клієнтів серед бізнесових, урядових структур та засобів масової інформації в більш як 100 країнах світу. Агентство “Інтерфакс – Україна” випускає 26 інформаційних продуктів на політичну й економічну тематику, кожен з яких має варіант англійською мовою. Агентство співпрацює з найбільшим світовим інформаційним агентством *Reuters*. Характерною особливістю новин Інтерфаксу є доповнення їх глибоким аналітичним матеріалом.

“Укрінформ” – державне інформаційне агентство, яке збирає, обробляє та розповсюджує офіційну інформацію (документи, повідомлення Верховної Ради України, Секретаріату Президента України, Кабінету Міністрів України та інших органів державної влади), в тому числі фото- та аудіовізуальну, а також офіційну інформацію про події міжнародного характеру. Відповідно до Постанови Кабінету Міністрів від 1997 р. основними завданнями Укрінформу є: висвітлення державної політики і суспільного життя України; забезпечення органів державної влади інформацією; збирання і оперативне поширення інформації про події, що відбуваються в Україні та за кордоном у сфері політики, економіки, соціального життя, культури, науки, техніки і спорту; підготовка, в межах своєї компетенції, пропозицій щодо пріоритетів у розвитку державної інформаційної служби.

“Українські національні новини” – це українське приватне інформаційне агентство, яке спеціалізується на ексклюзивних новинах політичного, економічного і соціального життя України та інших країн світу, супроводжує аналітичними коментарями виступи високопосадовців та публічних осіб. На сайті агентства розміщують власні аналітичні матеріали, авторські журналістські розслідування, ексклюзивні інтерв’ю.

У розділі “Наука, освіта” групуються публікації з питань вітчизняної академічної науки (загальні питання) та зарубіжної науки й освіти. До розділу також входять повнотекстові статті з проблем вищої школи (зовнішнє незалежне оцінювання, вступна кампанія, освітні гранти, стажування за кордоном, подвійний диплом, рейтинги, якість освіти). Матеріал відбирають на офіційному сайті Міністерства освіти і науки України, сайтах “Вища освіта: інформаційно-аналітичний портал про вищу освіту в Україні та за кордоном”, “Євроосвіта: Центр міжнародних проектів”, “Освітня політика: портал громадських експертів”, “Освіта в Україні та за кордоном” та ін.

Враховуючи наявність у структурі Київського національного університету культури і мистецтв творчо-мистецьких факультетів (хореографічного мистецтва, музичного мистецтва, режисури і шоу-бізнесу), обов'язковим є відображення в розділі “Культура. Мистецтво” матеріалів, які стосуються культурно-мистецького життя в Україні. Матеріал відбирають щодня з офіційного сайту Міністерства культури України, сайтів “Новини культури України та світу”, “Рідна країна”, “Культурно-мистецький портал” та ін.

Слід зазначити, що поповнення інформаційних Інтернет-ресурсів відбувається високими темпами і відшукати необхідну інформацію у величезному вирі буває доволі складно, але в той же час це дозволяє знаходити все нові й нові корисні адреси. Для того, щоб публікації з різних джерел на ту саму тему не дублювалися, відбір проводять на підставі значущості сайту (перевага надається центральним виданням) і авторства.

У кінцевому вигляді “Дайджест з питань політики, економіки, суспільства, освіти, культури і мистецтва” є вторинним документом, сформованим на базі численних первинних інформаційних документів.

Станом на 2017 р. “Дайджест...” готують співробітники науково-методичного відділу. Його середній об'єм складає 40–45 сторінок. Для підготовки “Дайджесту...” щодня переглядають всеукраїнські газети і журнали (більше 20 найменувань) та понад 40 WEB-сайтів. Він виконаний у форматі MS Word і має один друкований варіант (ректору), інші розсилають в електронному вигляді абонентам на їхні електронні адреси.

Висновки. Зважаючи на викладене, можна стверджувати, що дайджест – це інформаційний продукт (видання, стаття, збірка), який містить упорядковані короткі анотації й основні положення використаних джерел, в яких стисло передається їх зміст. Формат дайджесту є зручним для ознайомлення з основними відомостями з певної тематики, що і є його основною метою. Окрім того, дайджест має рекламну функцію, стимулює ознайомлення з тими чи іншими першоджерелами, готує до їх подальшого детального сприйняття, при цьому прямо не зачіпаючи авторські права, бо не повторює першоджерела.

Підсумовуючи, зазначимо, що досвід створення дайджесту в Науковій бібліотеці КНУКіМ є позитивним – дайджест стабільно виходить більше 15 років, за цей час значно збільшився його обсяг і наклад. Дайджест добре зарекомендував себе як одна з форм диференційованого обслуговування керівництва, що є оперативним джерелом актуальної інформації з найбільш важливих питань сучасної науки, освіти, й подальший його розвиток і вдосконалення бачимо саме в цьому напрямку.

Суттєву роль провідників знань у цьому контексті відведено бібліотечним інформаційно-аналітичним службам, високий професіоналізм яких стоїть на сторожі донесення до суспільства достовірної, повної, об'єктивної інформації задля цивілізаційного поступу та процвітання нації.

REFERENCES

- Avtonomova, Natalia. "Informatsiini produkty ta posluhy yak rezultat vyrobnychoi diialnosti bibliotek." *Naukovi pratsi Natsionalnoi biblioteky Ukrainy imeni V. I. Vernadskoho* 25 (2009): 253–260. (in Ukrainian).
- Bliumenau, Dmitrii. *Informatsionnyi analiz/sintez dlia formirovaniia vtorichnogo potoka dokumentov*. Sankt-Peterburg: Professiiia, 2002. (in Russian).
- Bondarenko, Viktoriia. "Tekhnolohiia stvorennia i spetsyfika vykorystannia informatsiino-analitychnoho produktu v konteksti zapytiv suchasnykh zamovnykiv," *Naukovi pratsi Natsionalnoi biblioteky Ukrainy imeni V. I. Vernadskoho* 25 (2009): 305–314. (in Ukrainian).
- Buran, Vasyi, Valentyna Medvedieva, Halyna Kovalchuk, and Mykola Senchenko. *Slovnyk knyhozhnavchych terminiv*. Kyiv: Aratta, 2003. (in Ukrainian).
- DSTU 2392-94. *Informatsiia ta dokumentatsiia. Bazovi poniattia. Terminy ta vyznachennia*. Kyiv: Derzhstandart Ukrainy, 1994. (in Ukrainian).
- DSTU 5034:2008. *Naukovo-informatsiina diialnist. Terminy ta vyznachennia*. Kyiv: Derzhspozhyvstandart Ukrainy, 2009. (in Ukrainian).
- Dryhailo, Serhii. "Bibliotechno-informatsiini produkty i posluhy dlia korystuvachiv naukovykh bibliotek." *Bibliotekoznavstvo. Dokumentoznavstvo. Informolohiia* 4 (2010): 79–86. (in Ukrainian).
- Entsyklopedychnyi slovnyk z derzhavnoho upravlinnia*, compiled by Yu. P. Surmin, V. D. Bakumenko, A. M. Mykhnenko, edited by Yu. V. Kovbasiuk, V. P. Troshchynskyi, Yu. P. Surmin. Kyiv: NADU, 2010. (in Ukrainian).
- Hetmanets, Mykhailo, and Ihor Mykhailyn. *Suchasnyi slovnyk literatury i zhurnalistyky*. Kharkiv: Prapor, 2009. (in Ukrainian).
- Knigovedenie: entsiklopedicheskii slovar*, edited by Nikolai Sikorskii et al. Moskva: Sovetskaia entsiklopediia, 1982. (in Russian).
- Kushnarenko, Natalia, and Valeriia Udalova. *Naukova obrobka dokumentiv*. Kyiv: Znannia, 2006. (in Ukrainian).
- Matviienko, Oksana. "Biblioteky orhaniv derzhavnoi vladly: spetsyfika zavdan diialnosti. Postanovka problemy ta ii zviazok z praktychnymy ta naukovymy zavdanniamy." In *Knyhozhnavcha shkola: antolohiia*, compiled by Valentyna Medvedieva. Kyiv: Vydavnytstvo Lira-K, 2016, 580–584. (in Ukrainian).
- Matviienko, Oksana, and Mykhailo Tsyvin. *Informatsiine zabezpechennia derzhavnoho upravlinnia*. Kyiv: Tsentri uchbovoi literatury, 2010. (in Ukrainian).
- Matviienko, Oksana, and Mykhailo Tsyvin. *Informatsiinyi menedzhment*. Kyiv: Vydavnychi dim "Slovo", 2007. (in Ukrainian).
- Mykhailyn, Ihor. *Osnovy zhurnalistyky*. Kyiv: TsUL, 2002. (in Ukrainian).
- Mogilevskaia, Elvira. "Informatsionnye agentstva v sovremennom setevom prostranstve." *Nauchno-kulturologicheskii zhurnal*, December 5, 2007. Accessed May 8, 2017, <http://www.relga.ru/Environ/WebObjects/tgu-www.woa/wo/4.2.0.0.0.0.21.0.1>. (in Russian).
- Nesteriak, Yurii. "Informatsiini ahentstva Ukrainy v konteksti masovo-informatsiinoi diialnosti," *Naukovi zapysky Instytutu zhurnalistyky* 11 (2003): 111–114. (in Ukrainian).
- Skoryk, I. O. "Transformatsiia systemy dovidkovo-bibliohrafichnoho ta informatsiinoho obsluhovuvannia naukovoï biblioteky universytetu v umovakh vprovadzhennia informatsiinykh tekhnolohii." In *Dokumentoznavstvo. Bibliotekoznavstvo. Informatsiina diialnist: problemy nauky, osvity, praktyky: materialy IV Mizhnarodnoi naukovo-praktychnoi konferentsii, Kyiv, 21–23 travnia 2007 r.* Kyiv, 2007. (in Ukrainian).

- Tereshchenko, Iryna. "Osoblyvosti formuvannia natsionalnoho rynku elektronno-informatsiinykh produktiv, posluh ta suchasna biblioteczna diialnist." *Naukovi pratsi Natsionalnoi biblioteky Ukrainy imeni V. I. Vernadskoho* 30 (2011): 216–227. (in Ukrainian).
- Vasilchik, L. R. "Daidzhest v sisteme biznes-informatsii." In *Patentno-koniunkturnaia informatsiia v usloviakh formirovaniia rynku*. Novosibirsk, 1995, 190–198. (in Russian).
- Velyka ukraiinska entsyklopediia, *Slovnyk*, head of authors' team Alla Kyrydon. Kyiv: Derzhavna naukova ustanova "Entsyklopedychne vydavnytstvo", 2015. (in Ukrainian).
- Vyshnevskia, Iryna. "Elektronni informatsiino-analitychni produkty bibliotek yak zasib udoskonalennia obsluhovuvannia korystuvachiv." *Naukovi pratsi Natsionalnoi biblioteky Ukrainy imeni V. I. Vernadskoho* 18 (2007): 5–12. (in Ukrainian).
- Vyshnevskia, Iryna. "Osoblyvosti vykorystannia informatsii sotsialnykh merezh v informatsiino-analitychnii diialnosti." In *Biblioteka. Nauka. Komunikatsiia: materialy mizhnar. nauk. konf. (Kyiv, 6–8 zhovt. 2015)*, part 1. Kyiv: Natsionalna biblioteka Ukrainy in. V. I. Vernadskoho, 2015, 232–235. (in Ukrainian).
- Zakharova, Iryna, and Liudmyla Filipova. *Osnovy informatsiino-analitychnoi diialnosti*. Kyiv: Tsentr uchbovoi literatury, 2013. (in Ukrainian).
- Zakon Ukrainy "Pro informatsiiu", *Verkhovna Rada Ukrainy*, October 2, 1992, accessed April 12, 2017, <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/2657-12/>. (in Ukrainian).
- Zakon Ukrainy "Pro Natsionalnu prohramu informatyzatsii", *Verkhovna Rada Ukrainy*, February 4, 1998, accessed May 15, 2017, <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/74/-98-вр>. (in Ukrainian).

DIGEST AS AN INFORMATION AND ANALYTICAL PRODUCT IN THE SCIENTIFIC LIBRARY OF A HIGHER EDUCATION INSTITUTION

Olena OMELIANENKO-NABIULINA, Alla MALSHAKOVA

Kyiv National University of Culture and Arts,

Scientific Library

36 Yevhen Konovalets str., 01601, Lviv, Ukraine,

e-mail: lib-eps@knukim.edu.ua

ORCID ID: <http://orcid.org/0009-0005-7219-0426> (O. Omelianenko-Nabiulina);

<http://orcid.org/0000-0002-6493-0894> (A. Malshakova)

In the system of sustainable development of higher education the level of information and library services is crucial. The mission of the university's library is to create a unified informational and educational center of university, navigation in electronic information space of Ukraine and worldwide, providing information support for scientific and educational processes, increase an information culture of students, post-graduate students, scientific and pedagogical employees. The main thesis of the article is a characteristic of the process, preparation technologies and the digest structure, as a form of providing relevant information to senior management.

Digests, namely fragments of texts of a wide variety of documents, discovered and compounded in accordance with the content and logic of the request, make it easier to users to independently search information, work with traditional and electronic documents.

The main function of the “Digest on politics, economics, society, education, culture and art”, which is prepared daily by the staff of the scientific and methodological department of the Scientific Library of the Kyiv National University of Culture and Arts for 17 years, is to familiarize the leadership of the higher education institution (rector, pro-rectors, deans) with up-to-date news of Ukraine’s life, to inform subscribers of main tendencies and facts of political, social and cultural life of Ukraine, which are contained in the primary sources of relevant topics.

“Digest” has a stable structure and main units: “Legislative base”, “Politics. Economics”, “Science. Education”, “Culture. Art”, contains analytical articles and reviews, statistics, fragments of text publications.

Consequently, the digest is an information product that is being prepared for the leadership of the university, is considered as one of the forms of information folding, the form of its analytical and synthetic processing. Different types of information resources are used in preparing a digest: news feeds, electronic copies of periodicals, analytical reports and research. In the final form, the “Digest on Politics, Economics, Society, Education, Culture and the Arts” is a secondary document formed on the basis of numerous primary information documents.

Keywords: digest, information and analytical activity, information service, information and analytical products, information product, scientific library.

Стаття надійшла до редколегії 09.12.2017

Стаття прийнята до друку 20.02.2019