**Лабораторная робота 2. Інтернет як культурна форма**

**Мета складової**: ознайомлення студентів з особливостями інформаційних ресурсів різних видів, які становлять специфіку Інтернет як культурної форми.

**Загальні відомості**

Формування всесвітніх комунікаційних мереж дозволило змінити пріоритети видавничої справи у напрямку інтенсифікації процесів управління інформацією та створення потужної інформаційної системи видавництва. Інформатизація та віртуалізація видавничої діяльності передбачає посилення ролі інформаційної компоненти в загальній структурі ресурсної бази видавництва та привертання уваги менеджерів видавничої справи до питань розвитку інформаційної інфраструктури.

Отже, ключовими елементами сучасної видавничої діяльності виступають інформаційні ресурси, що являють собою головний фактор успішного розвитку підприємства і містять в своїй структурі формалізовані і неформалізовані знання. У зв’язку з цим виникає об’єктивна потреба аналізу поняття інформаційних ресурсів видавничої діяльності, їхніх основних особливостей і класифікації, вивчення тенденцій розвитку інформаційних ресурсів видавництва.

Особливості інформаційних ресурсів різних видів становлять специфіку Інтернет як культурної форми.

Інформаційне забезпечення видавничої діяльності тісно пов’язане з процесами формування та циркулювання інформаційних потоків у світовому інформаційному просторі (рис. 11). Інформація, що використовується для створення видань різного типу, проходить кілька стадій обробки, є неоднорідною на кожній з таких стадій, а також змінює свої властивості та структуру в процесі руху з початкової точки її створення до кінцевої точки споживання.

Світовий інформаційний простір формує множину інформації І0, яка характеризується великою кількістю масивів відомостей з різних предметних областей людської діяльності, хаотичністю створення, наявністю протиріч між різними її аспектами.

Вирішення локальних задач системи видавничо-поліграфічного виробництва вимагає виділення з усього масиву інформації І0 підмножини , що виступає в якості вхідної інформації для видавничої діяльності. Вхідна інформація  являє собою сукупність відомостей, що можуть біти використані для повсякденної видавничої діяльності.

Інформація у видавничій діяльності виявляється в множині аспектів. Основними такими аспектами її прояву є:

* по-перше, виробництво інформації як такої — це виробнича галузь, тобто вид економічної діяльності;
* по-друге, інформація є чинником виробництва, один з фундаментальних ресурсів видавничої системи;
* по-третє, інформація є об'єктом купівлі-продажу, тобто виступає як товар;
* по-четверте, інформація — це елемент ринкового механізму, який разом з ціною і корисністю впливає на визначення оптимального і рівноважного станів економічної системи видавничого виробництва.



Рис. 11. **Потоки інформації в процесі створення видань різного типу**

У ***структуру інформаційних ресурсів видавництва*** включаються:

* інформаційні ресурси, представлені у вигляді інформації в інформаційних системах управління (ІР1);
* знання і досвід діяльності персоналу видавництва (ІР2);
* знання партнерів, споживачів і інших контрагентів видавництва в зовнішньому середовищі, що виявляються в іміджі, бренді, прихильності торговій марці, тривалих схемах взаємодії (ІР3).

**Завдання**

1. Запропонуйте приклади інформаційних ресурсів, що можуть бути застосовані при оформленні відповідних видань (табл. 1)

Таблиця 1

**Інформаційні ресурси видань**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Видання** | **Види інформаційних ресурсів** | **Функції інформаційних ресурсів** |
| Дитячі видання |  |  |
| Наукова література |  |  |
| Художня література |  |  |
| Журнали |  |  |
| Газети |  |  |
| Мультимедійні електронні видання |  |  |
| Аудіокниги |  |  |

2. Видавництво «Альфа» здійснює повноформатний друк листівок, журналів, буклетів на сегменту ринку Харківської області. Опишіть можливі шляхи формування інформаційних ресурсів видавництва. Наведіть вірогідні структури інформаційних ресурсів ІР1, ІР2, ІР3.

3. Видавництво «Сігма» створює електронну базу реферативних журналів, виданих за минулі роки. Запропонуйте вимоги до структури бази інформаційних ресурсів. Наведіть приклади можливих інформаційних запитів користувачів і шляхи отримання необхідної інформації.

4. Книжкова фабрика виконує диверсифікацію діяльності в напрямку використання спеціальних видів друку (ірисовий друк, орловський друк і т.ін.). Запропонуйте можливі шляхи розширення структури інформаційних ресурсів. Опишіть інформацію, що слід додати до інформаційної системи фабрики.

5. Консалтингова компанія надає консультаційні послуги з вибору обладнання видавничо-поліграфічного виробництва. Розкрийте можливі сценарії зміни бази інформаційних ресурсів компанії згідно з новими тенденціями розвитку як інформаційних ресурсів, так і обладнання видавництва.