

III Міжнародна науково-практична конференція молодих учених та студентів «Філософські виміри техніки» (PDT-2022)

10. Скрипін В. Віртуальний тур літаком Ан-225 «Мрія», який знищили російські окупанти у Гостомелі. URL: <https://itc.ua/ua/novini/virtualnij-tur-litakom-an-225-mriya-yakij-znishhili-rosijski-okupanti-u-gostomeli/>.
11. A Brief History of Virtual Reality. URL: <https://www.vrlabacademy.com/NewsDetail/9/A-Brief-History-of-Virtual-Reality.html>
12. Chernobyl VR Project. URL: <https://www.thefarm51.com/eng/projekt/chernobyl-vr-project-2/>
13. We're introducing: Remote Tourism! URL: https://www.youtube.com/watch?v=RGUJ8s6r12E&t=88s&ab_channel=VisitFaroeIslands

Р. Вальорний, А. Криськов, докт. істор. наук, проф.

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя, Україна

ПАРАМЕТРИ ІНФОРМАЦІЇ

R. Valiornyi, A. Kryskov, Dr., Prof.

THE PARAMETERS OF INFORMATIONS

Важливими чинниками в інформаційній діяльності, які суттєво впливають на якість інформаційного продукту, є параметри інформації – характеристики, за допомогою яких оцінюються інформаційні ресурси.

При доборі необхідної інформації обов'язково слід враховувати такі характеристики (параметри) інформації:

Якісні показники: 1) актуальність (інтегрований показник, який визначає своєчасність і цінність інформації у сукупності); 2) адекватність (однозначна відповідність інформації відображеному об'єктові); 3) цілковита певність (відсутність в інформації прихованих помилок); 4) об'єктивність (очищення інформації від неминучих перекручень у процесі її передачі, а також від наслідків її суб'єктивного розуміння); 5) однозначність (відсутність інших тлумачень наявної інформації); 6) новизна (уперше отримана інформація); 7) корисність (відповідність інформації певній меті); 8) доступність (можливість отримання інформації); 9) своєчасність (отримання інформації у межах того часу, коли вона придатна для прийняття рішення); 10) релевантність (відповідність між змістом інформації та запитом користувача); 11) точність (відношення релевантної інформації до загальної сукупності релевантної і не релевантної інформації); 12) пертинентність (відповідність змісту інформації потребам користувача); 13) ергономічність (зручність форми та обсягу інформації); 14) фасціація (привабливість інформації); 15) живучість (здатність інформації зберігати свої характеристики у часі); 16) захищеність (неможливість несанкціонованого використання або заміни інформації); 17) верифікаційність (досяжність джерела для підтвердження істинності інформації).

Кількісні показники:

- 1) повнота (співвідношення між наявною інформацією та інформацією, яка досяжна);
- 2) достатність (можливість досягти мети при наявній інформації);
- 3) обсяг (загальна кількість інформації).

Ціннісні показники:

- 1) цінність (значимість інформації для прийняття рішення);
- 2) вартість (ціна, уречевлена у продукті суспільна праця).

О. Горин

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя, Україна