

**АДРЕСНІСТЬ АНАЛІТИЧНОГО ПРОДУКТУ
В ДІЯЛЬНОСТІ СЛІДЧОГО: ДИФЕРЕНЦІАЦІЯ ЗМІСТУ,
ФОРМИ ТА СПОСОБУ ВИКОРИСТАННЯ**

Юрій Олександрович ЛЕМЕШКО,

*аспірант закладу вищої освіти
«Міжнародний університет
бізнесу і права»*

Сучасне досудове розслідування характеризується не лише збільшенням обсягів кримінально значущої інформації, а й ускладненням механізмів її професійного використання. У межах одного кримінального провадження результати інтелектуально-аналітичної діяльності можуть бути необхідними слідчому, керівнику органу досудового розслідування, прокурору, оперативному працівнику, аналітику правоохоронного органу, експерту, слідчому судді та іншим уповноваженим суб'єктам. Водночас кожен із них використовує аналітичну інформацію для вирішення різних завдань, має неоднаковий рівень обізнаності з матеріалами провадження та потребує відмінного ступеня деталізації аналітичного результату.

За таких умов актуалізується проблема адресності аналітичного продукту, під якою доцільно розуміти його змістовну, функціональну та формальну відповідність інформаційним потребам конкретного користувача. Аналітичний продукт повинен не лише містити достовірні й релевантні відомості, а й бути побудованим у спосіб, який дозволяє адресату правильно зрозуміти їх значення, обмеження та можливі напрями практичного використання.

У науковій і методичній літературі цінність кримінального аналізу обґрунтовано пов'язується з перетворенням інформації на знання, придатне для прийняття правоохоронного рішення. Управління ООН з наркотиків і злочинності розглядає кримінальний аналіз як послідовний процес збирання, оцінювання, зіставлення, аналізу та поширення інформації, результат якого повинен відповідати визначеним потребам користувача [2]. Дж. Реткліфф у межах концепції Intelligence-led Policing наголошує, що аналітичний продукт набуває практичного значення лише тоді, коли він включений у систему прийняття рішень та здатний вплинути на вибір конкретного напрямку діяльності [3]. Отже, якість продукту не може оцінюватися виключно за обсягом опрацьованої інформації або складністю застосованих методів.

У практиці досудового розслідування нерідко використовується універсальний підхід, за якого один аналітичний матеріал без істотної зміни змісту передається різним суб'єктам. Наприклад, розгорнута схема зв'язків із великою кількістю осіб, технічних ідентифікаторів, подій і транзакцій може бути корисною для слідчого або аналітика, які

безпосередньо працюють із матеріалами провадження. Водночас для прокурора або керівника слідчої групи більш значущими можуть бути не всі встановлені зв'язки, а їх вплив на доказову перспективу, інформаційні прогалини, ризики та необхідність проведення конкретних процесуальних дій.

Використання одного формату для різних категорій користувачів призводить до двох протилежних негативних наслідків. Першим є інформаційне перевантаження, коли надмірна кількість відомостей ускладнює виявлення юридично або тактично значущого змісту. Другим є надмірне спрощення, за якого стислий висновок не містить достатньої інформації для перевірки його обґрунтованості. В обох випадках аналітичний продукт формально існує, але не повною мірою виконує своє функціональне призначення [6; 7].

Проблема адресності пов'язана також із неоднаковим професійним контекстом сприйняття інформації. Слідчий оцінює аналітичний результат із позицій предмета доказування, слідчої ситуації, процесуальних строків і можливості проведення певної дії. Оперативний працівник потребує відомостей, які дозволяють організувати пошук осіб, об'єктів, контактів або нових джерел інформації. Прокурор оцінює законність, повноту, перспективність доказування та достатність підстав для прийняття процесуального рішення. Керівник органу досудового розслідування використовує аналітичні відомості для координації, розподілу ресурсів і контролю результативності. Слідчий суддя оцінює лише ті обставини, що мають значення для вирішення конкретного клопотання, та не повинен бути перевантажений внутрішньою робочою інформацією слідчої групи.

Таким чином, адресність не зводиться до зазначення отримувача у реквізитах документа. Вона передбачає попереднє визначення того, яке рішення або професійне завдання повинен підтримати продукт, які питання є ключовими для користувача, який рівень деталізації йому необхідний та в якій формі інформація буде найбільш зрозумілою.

З огляду на це доцільно розмежовувати щонайменше чотири види адресатів аналітичного продукту.

Першу групу становлять безпосередні виконавці розслідування – слідчі, дізнавачі, оперативні працівники, аналітики. Для них продукт повинен бути максимально деталізованим, містити вихідні джерела, невідіслані суперечності, альтернативні версії, інформаційні прогалини та можливі способи перевірки.

Другу групу утворюють суб'єкти процесуального й організаційного керівництва – прокурор, керівник органу розслідування, керівник слідчої групи. Для них основного значення набувають проміжні результати, рівень перевіреності версій, ризики, критичні прогалини, ресурсні потреби та пропозиції щодо подальшої організації роботи.

До третьої групи належать суб'єкти судового контролю. Аналітичний матеріал, який використовується під час обґрунтування клопотання, повинен бути адаптований до предмета судового розгляду, містити лише

юридично релевантні обставини та не підміняти докази аналітичними оцінками. Графічні й табличні матеріали можуть полегшувати сприйняття значного обсягу даних, але мають супроводжуватися поясненням джерел, логіки побудови та меж висновку.

Четверту групу становлять зовнішні правоохоронні, експертні та міжнародні партнери. У такому продукті необхідно враховувати компетенцію отримувача, режим доступу до інформації, мету обміну та можливість використання відомостей у межах іншої правової системи або відомчої процедури.

Для розв'язання визначеної проблеми пропонується запровадити користувацько орієнтовану модель підготовки аналітичного продукту. Її основу можуть становити п'ять послідовних елементів.

Першим елементом є ідентифікація користувача. Автор продукту повинен чітко визначити, хто саме буде використовувати результат, якими повноваженнями володіє ця особа та який рівень доступу до інформації вона має.

Другим елементом є визначення рішення або професійної дії, яку має забезпечити продукт. Формулювання на зразок «підготувати аналітичну довідку щодо особи» є надто загальним. Коректніше визначати конкретне питання: встановити роль особи у системі зв'язків; визначити можливі джерела фінансування; оцінити ризик знищення доказів; установити невідповідності між показаннями та цифровими даними.

Третім елементом є формування інформаційного профілю адресата. Він повинен містити перелік питань, рівень деталізації, допустимий обсяг, строк підготовки, форму представлення та очікуваний результат.

Четвертим елементом є адаптація структури й форми продукту. Для складного мережевого аналізу доцільною може бути схема зв'язків із короткою аналітичною запискою; для оцінювання стану доказування – матриця обставин і джерел; для планування – таблиця завдань, виконавців, строків та очікуваних результатів; для керівного рішення – стислий аналітичний висновок із варіантами дій.

П'ятим елементом є отримання зворотного зв'язку. Користувач повинен оцінити, чи відповів продукт на поставлені питання, які його положення були практично використані, яка інформація виявилася зайвою або недостатньою та чи потребує матеріал оновлення.

Вважаємо доцільним запровадити карту адресності аналітичного продукту, яка може містити: категорію користувача; його повноваження; рішення, що потребує інформаційної підтримки; ключові питання; необхідний рівень деталізації; форму продукту; режим доступу; строк актуальності; спосіб отримання зворотного зв'язку. Така карта не повинна бути самостійним складним документом. Вона може становити окремий блок паспорта аналітичного продукту або використовуватися під час формулювання аналітичного завдання.

Окремого значення набуває питання багаторівневого представлення одного аналітичного дослідження. Результат складного аналізу доцільно

готувати не як декілька незалежних продуктів, а як взаємопов'язану систему. Перший рівень може містити короткий виклад ключових висновків і рекомендацій. Другий – розгорнуте аналітичне обґрунтування. Третій – додатки з таблицями, схемами, джерелами, технічними параметрами та методологічними поясненнями.

Багаторівнева структура дозволяє різним користувачам працювати з одним інформаційним масивом, не втрачаючи зв'язку між стислим висновком і його фактичною основою. Вона одночасно мінімізує інформаційне перевантаження та забезпечує можливість поглибленої перевірки.

Адресність також виконує гарантійну функцію. Чітке визначення користувача і мети обмежує невиправдане поширення персональних даних, службової інформації та відомостей досудового розслідування. До продукту не повинні включатися дані лише тому, що вони доступні аналітику. Обсяг інформації має бути необхідним і достатнім для вирішення поставленого завдання.

Необхідність диференціації продуктів не означає допустимості зміни фактичного змісту залежно від адресата. У всіх версіях повинні зберігатися єдині вихідні дані та основна аналітична логіка. Адаптації підлягають обсяг, послідовність, ступінь деталізації, спосіб візуалізації та акценти.

За результатами нашого дослідження доцільно сформулювати такі практичні висновки.

1. У відомчих стандартах органів розслідування доцільно закріпити принцип адресності аналітичного продукту, відповідно до якого його структура, обсяг, деталізація і форма визначаються категорією користувача, характером його повноважень та конкретним рішенням, що потребує інформаційного забезпечення.

2. До паспорта аналітичного продукту доцільно включити карту адресності із зазначенням користувача, мети, необхідного рівня деталізації, режиму доступу, форми представлення, строку актуальності та способу отримання зворотного зв'язку. Це дозволить обмежити надлишкове поширення інформації й підвищити практичну придатність аналітичних матеріалів.

3. Результати складних аналітичних досліджень доцільно оформлювати за багаторівневою моделлю: стислий управлінський або процесуально орієнтований виклад; розгорнуте аналітичне обґрунтування; додатки з джерелами, методами, таблицями та схемами. Такий підхід забезпечить одночасно зрозумілість продукту для відповідного адресата та можливість перевірки його фактичної й методологічної основи.

Список використаних джерел

1. Кримінальний процесуальний кодекс України : Закон України від 13 квітня 2012 р. № 4651-VI. Відомості Верховної Ради України. 2013. № 9-13. Ст. 88.
2. United Nations Office on Drugs and Crime. Criminal Intelligence: Manual for Analysts. Vienna : United Nations, 2011. 98 p.
3. Ratcliffe J. H. Intelligence-Led Policing. 2nd ed. London ; New York : Routledge, 2016. 234 p.
4. Pherson R. H., Heuer R. J. Structured Analytic Techniques for Intelligence Analysis. 3rd ed. Washington : CQ Press, 2020. 384 p.
5. Кисельов А. О., Копилов Е. В., Худенко Д. М. Основи кримінального аналізу : навчальний посібник. Дніпро : Дніпропетровський державний університет внутрішніх справ, 2023. 152 с.
6. Реалізація філософії «Intelligence-led Policing» в системі кримінального аналізу Національної поліції України: монографія / Користін О., Бутко Р., Денисенко Б., Ісмайлов К.Ю. та ін., за заг. ред. Користіна О.Є. Київ: «ВАІТЕ», 2024. 444 с.
7. Основи кримінального аналізу: підручник / Бабенко А.М., Засєць О.М., Некрасов В.А., Ісмайлов К.Ю., Пефтієв Д.О. та ін.; за заг. ред. Користіна О.Є., 2019. Одеса. 296 с.