

S tem smo opredelili dva dejavnika, ki imata vpliv na dejansko vrednost informacije: uporabnik (U) in čas (t). Simbolično izrazimo to opredelitev kot: $DUV = f(U,t)$. Zanima nas pa še, kakšen je odnos med informacijo, sporočilom in obvestilom. Prav gotovo morata tako sporočilo kot tudi obvestilo vsebovati vsaj eno informacijo da bi izpolnila svoj namen: da informirata enega ali več uporabnikov. Vendar pa so lastnosti informacij kakor tudi kategorije uporabnikov v obeh primerih različne.

Sporočilo vsebuje v primerni obliki prirejene informacije, namenjene nekemu konkretnemu uporabniku ali pa ožji skupini ljudi. Informacije v sporočilu imajo take lastnosti, da jih je možno uporabljati v procesu odločanja.

Obvestilo prav tako vsebuje primerno oblikovane informacije, vendar so te namenjene širšemu krogu interesentov oz. javnosti. Namen obvestila je seznaniti ljudi z nekimi novostmi (novicami), zato so te informacije po svoji naravi drugačne od tistih, ki se uporabljajo v procesu odločanja.

Ker informacija izraža nek pomen, ki ga ima obnašanje sistema ali njegovega okolja za uporabnika, je tudi nepogrešljiv in izredno vpliven element v procesu odločanja. Zato je naloga informacijskega sistema, ki uporabniku dobavlja informacije, da stalno skrbi za izboljšanje nekaterih za odločanje pomembnih karakteristik, kot so: relevantnost, oblika, pravočasnost in dosegljivost informacije.

Da bi bila informacija uporabna v procesu odločanja, mora biti relevantna za sam ta proces in njegovo rezultanto - odločitev. Informacija, ki ni relevantna tudi ni potrebna. Podobno je tudi z obliko informacije. Čim bolj je informacija oblikovana po zahtevah uporabnika, tem bolj jo ta lahko učinkovito uporabil v procesu odločanja. Jezik, format, natančnost in prezentiranje so ključne variable pri zagotavljanju informacij, ki naj bi bile razumljive in uporabne za nosilce odločanja.

Informacija mora biti uporabniku na voljo še preden sproži