

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ**  
**Сумський державний університет**  
**Центр професійної та післядипломної освіти**  
**Кафедра управління імені Олега Балацького**

«До захисту допущено»

Завідувач кафедри

\_\_\_\_\_ Ігор РЕКУНЕНКО  
(підпис) (Ім'я та ПРИЗВИЩЕ)

\_\_\_\_\_ 20\_\_ р.

## КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

*на здобуття освітнього ступеня магістр*

Зі спеціальності\_\_281 «Публічне управління та адміністрування ,  
(код та назва)

Освітньо-професійної програми\_«Державна служба»\_\_\_\_\_  
(освітньо-професійної / освітньо-наукової) (назва програми)

на тему: «Формування інформаційної культури державного службовця як інструмент підвищення ефективності роботи органів державної влади (на прикладі Департаменту з питань соціальної політики, ветеранів та реінтеграції)»

Здобувача(ки) групи ДС.мз-21 Кузнецової Тетяни Леонідівни  
(шифр групи) (прізвище, ім'я, по батькові)

Кваліфікаційна робота містить результати власних досліджень. Використання ідей, результатів і текстів інших авторів мають посилання на відповідне джерело. \_\_\_\_\_  
(підпис) (Ім'я та ПРИЗВИЩЕ здобувача)

Керівник ст.викладач к.е.н., доцент Каріна ТАРАНЮК\_\_\_\_\_  
(посада, науковий ступінь, вчене звання, Ім'я та ПРИЗВИЩЕ) (підпис)

Консультант1) \_\_\_\_\_  
(посада, науковий ступінь, вчене звання Ім'я та ПРИЗВИЩЕ) (підпис)

**Суми – 2023**

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
СУМСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Центр професійної та післядипломної освіти  
Кафедра управління імені Олега Балацького

ЗАТВЕРДЖУЮ  
Завідувач кафедри  
\_\_\_\_\_ Ігор РЕКУНЕНКО  
(підпис) (Ім'я та ПРІЗВИЩЕ)  
\_\_\_\_\_ 20 \_\_\_\_\_ р.

ІНДИВІДУАЛЬНЕ ЗАВДАННЯ НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ

*на здобуття освітнього ступеня магістр*

зі спеціальності 281 «Публічне управління та адміністрування»,

освітньо-професійної програми «Державна служба»  
(освітньо-професійної / освітньо-наукової) (назва програми)

Здобувача (ки) групи ДС.мз-21 Кузнецової Тетяни Леонідівни  
(шифр групи) (прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема роботи «Формування інформаційної культури державного службовця як інструмент підвищення ефективності роботи органів державної влади (на прикладі Департаменту з питань соціальної політики, ветеранів та реінтеграції) затверджена наказом 1387 - VI від 01.12.2023 р.
2. Термін подання здобувачем закінченої роботи 06.грудня 2023 р.
3. Мета кваліфікаційної роботи є визначення механізмів формування інформаційної культури державних службовців для забезпечення розвитку інформаційного суспільства
4. Об'єкт дослідження є інформаційна культура державного службовця та засоби її формування.
5. Предмет дослідження є інструменти формування інформаційної культури з врахуванням особистісних чинників.
6. Кваліфікаційна робота виконується на підставі статистичної звітності, періодичних видань, монографій, електронних ресурсів.
7. Орієнтовний план кваліфікаційної роботи, терміни подання розділів керівникові та зміст завдань для виконання поставленої мети.

№ пор.	Назва розділу	Термін подання
I	Сутність та значення інформаційної культури в діяльності органів державної влади	24.11.2023
II	Інформаційна культура як фактор формування позитивного іміджу державного службовця	28.11.2023
III	Шляхи удосконалення механізму формування інформаційної культури державних службовців на прикладі департаменту з питань соціальної політики, ветеранів та реінтеграції сумської ода	06.12.2023

Зміст завдань для виконання поставленої мети кваліфікаційної роботи:

У розділі 1 студент повинен дослідити сутність та значення інформаційної культури в діяльності органів державної влади

У розділі 2 студент повинен проаналізувати інформаційну культуру як фактор формування позитивного іміджу державного службовця

У розділі 3 студент повинен запропонувати шляхи удосконалення механізму формування інформаційної культури державних службовців на прикладі департаменту з питань соціальної політики, ветеранів та реінтеграції Сумської ОДА

8. Консультації щодо виконання роботи:

Розділ	Прізвище, ініціали та посада керівника/консультанта	Підпис, дата	
		Завдання видав	Завдання прийняв
1	Таранюк К.В. ст.викладач	20.11.2023	24.11.2023
2	Таранюк К.В. ст.викладач	24.11.2023	28.11.2023
3	Таранюк К.В. ст.викладач	28.11.2023	06.12.2023

9. Дата видачі завдання 14.11.2023

Керівник кваліфікаційної роботи ст.викладач к.е.н., доцент Каріна ТАРАНЮК

(посада, науковий ступінь, вчене звання, Ім'я та ПРІЗВИЩЕ)

(підпис)

Завдання до виконання одержав Тетяна КУЗНЕЦОВА

(Ім'я та ПРІЗВИЩЕ здобувача) (підпис)

## АНОТАЦІЯ

У кваліфікаційній роботі вивчено механізми формування інформаційної культури державних службовців для забезпечення розвитку інформаційного суспільства. Охарактеризовано поняття інформаційної культури та її значення для ефективної діяльності державних служб; виокремлено складові інформаційної культури державного службовця та їх галузеві особливості; проаналізовано методичні засади формування інформаційної культури та оцінки її впливу на службову діяльність; здійснено огляд основних технологій та інструментів формування інформаційної культури; проведено розробку інструментарію формування компонентів інформаційної культури; досліджено застосування технологій формування інформаційної культури державного службовця на основі особистісних чинників; сформульовано стратегічні пріоритети та напрями удосконалення механізму формування інформаційної культури державного службовця; проведено оцінку ефективності підвищення рівня інформаційної культури державного службовця та його впливу на позитивну репутацію державного органу.

Особливу увагу приділено інформаційній культурі державного службовця та засобам її формування. На основі результатів досліджень обґрунтовано шляхи удосконалення механізмів формування інформаційної культури державних службовців.

У роботі було проведено SWOT-аналіз стану інформаційної культури Департаменту з питань соціальної політики, ветеранів та реінтеграції Сумської ОДА та сформовано напрямки вдосконалення функціонування інформаційного сектору в органах державної служби, що забезпечить вихід українських інформаційних ресурсів на європейський ринок, проте це потребує додаткового дослідження та створення відповідного правового поля.

**Ключові слова:** інформаційна культура, державний службовець, професійна компетентність, імідж.

## ЗМІСТ

<b>ВСТУП</b>	8
<b>РОЗДІЛ 1. СУТНІСТЬ ТА ЗНАЧЕННЯ ІНФОРМАЦІЙНОЇ КУЛЬТУРИ В ДІЯЛЬНОСТІ ОРГАНІВ ДЕРЖАВНОЇ ВЛАДИ</b>	
1.1 Теоретичні основи формування інформаційної культури державних службовців як чинника розвитку інформаційного суспільства	12
1.2 Нормативно-правове регулювання формування інформаційної культури державних службовців	20
1.3 Інформаційна культура у структурі професійної компетентності державних службовців	23
<b>РОЗДІЛ 2 ІНФОРМАЦІЙНА КУЛЬТУРА ЯК ФАКТОР ФОРМУВАННЯ ПОЗИТИВНОГО ІМІДЖУ ДЕРЖАВНОГО СЛУЖБОВЦЯ</b>	
2.1 Поняття іміджу та його значення для ефективної діяльності державних служб	31
2.2 Роль інформаційної культури як фактору формування позитивного іміджу державного службовця	41
2.3 Роль адміністративної субкультури у формуванні інформаційної культури державних службовців	48
<b>РОЗДІЛ 3 ШЛЯХИ УДОСКОНАЛЕННЯ МЕХАНІЗМУ ФОРМУВАННЯ ІНФОРМАЦІЙНОЇ КУЛЬТУРИ ДЕРЖАВНИХ СЛУЖБОВЦІВ НА ПРИКЛАДІ ДЕПАРТАМЕНТУ З ПИТАНЬ СОЦІАЛЬНОЇ ПОЛІТИКИ, ВЕТЕРАНІВ ТА РЕІНТЕГРАЦІЇ СУМСЬКОЇ ОДА</b>	62
3.1 Аналіз поточного стану інформаційної культури працівників Департаменту з питань соціальної політики, ветеранів та реінтеграції Сумської ОДА	62
3.2 Обґрунтування необхідності удосконалення інформаційної культури працівників Департаменту з питань соціальної політики, ветеранів та реінтеграції Сумської ОДА	76
3.3 Оцінка ефективності змін рівня інформаційної культури державного службовця та їх впливу на позитивну репутацію державного органу	87
<b>ВИСНОВКИ</b>	92
<b>СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ</b>	93
<b>ДОДАТКИ</b>	99

## ВСТУП

**Актуальність теми.** В інформаційному суспільстві держава зазнає істотних змін і набуває нового значення. Ось чому для державних службовців вкрай важливо усвідомлювати важливість інформації у своїй управлінській діяльності. Інформація служить життєво важливим інструментом для аналізу, прогнозування та прийняття рішень, відіграючи головну роль у формуванні майбутнього розвитку державного управління. Повнота, якість, своєчасність і достовірність інформації мають важливе значення для забезпечення точності, ефективності та ефективності управлінських рішень. Крім того, безпека інформації, класифікована за рівнями доступу, відіграє вирішальну роль у підтримці стабільності системи управління та функціональної адекватності її організаційної структури. Це також впливає на надійність взаємовідносин між різними рівнями управління та суспільством, що має бути кінцевою метою державного управління. Тому розвиток інформаційного суспільства тісно пов'язаний з вихованням інформаційної культури серед державних службовців.

Крім того, інформаційна культура є важливою складовою загальної культури і тісно пов'язана з інформаційними аспектами державного управління. У сучасному інформаційному суспільстві значення цього аспекту постійно зростає. Величезний обсяг, різноманітність і складність інформації, з якою стикаються державні службовці, вимагають розуміння принципів, що керують інформаційним середовищем, і вміння ефективно орієнтуватися в різних інформаційних потоках.

Культура державного службовця відіграє вирішальну роль у забезпеченні постійного прогресу, інновацій, консолідації та передачі духовних цінностей на благо суспільства та культури. Він охоплює набір культурних норм, які регулюють соціальні взаємодії, які встановлюються через організацію та розвиток системи державної служби.

Роботи Ю. Зубов, Г. Гендіна [1], Л. Басиленко, О. Матвієнко, М. Цивіна, Д. Дубова [2], Г. Макарова, І. Пижакова, П. Бізір, О. Захарова, Б. Козловський, Б.

Кулінченко містять комплексний аналіз різних аспектів інформаційної культури в контексті інформаційного суспільства. Ці вчені досліджують перспективи, з якими стикаються люди в суспільстві, керованому інформацією. Крім того, їхні дослідження зосереджені на розвитку інформаційної культури серед державних службовців, вивченні стратегій і рішень для підвищення їхніх знань і навичок у цій галузі. Крім того, теоретичні погляди на інформаційно-комунікативні аспекти державного управління розглядаються в працях П. Візира, О. Захарової, Б. Козловського, Б. Кулінченка. Загалом ці вчені сприяють глибшому розумінню інформаційної культури та її значення в сучасному суспільстві.

Тема інформаційної культури привернула значну увагу та була предметом міждисциплінарних досліджень. Такі вчені, як Г. Кирилова, Б. Капунов, К. Колін та інші, досліджували теоретичні аспекти медіаосвіти в сучасному суспільстві через призму культурологічного аналізу [3]. У різних програмових курсах, таких як «Інформаційна культура», «Інформаційна соціологія», «Інформаційне право», також представлена концепція розвитку інформаційної культури. Свій внесок у розуміння формування інформаційної культури фахівців у зв'язку з розвитком комунікації в інформаційному просторі зробили такі соціологи, як Б. Щербина, О. Личковська, Г. Коритнікова, О. Лобовікова та інші [4]. Незважаючи на прогрес у вивченні цього предмету, проблема виховання інформаційної культури державних службовців залишається недостатньо дослідженою.

Ці дослідження мають велике значення, оскільки вони стосуються переважаючої траєкторії сучасної цивілізації, яка зосереджена навколо включення передових інформаційних технологій в державне управління. Крім того, поточний стан інформаційного суспільства все ще залишається відносно недорозвиненим [5].

**Метою дослідження** є визначення механізмів формування інформаційної культури державних службовців для забезпечення розвитку інформаційного суспільства.

Виходячи з мети, можемо сформулювати наступні **завдання дослідження**:

- охарактеризувати поняття інформаційної культури та її значення для ефективної діяльності державних служб;
- виокремити складові інформаційної культури державного службовця та їх галузеві особливості;
- проаналізувати методичні засади формування інформаційної культури та оцінки її впливу на службову діяльність;
- здійснити огляд основних технологій та інструментів формування інформаційної культури;
- провести розробку інструментарію формування компонентів інформаційної культури;
- дослідити застосування технологій формування інформаційної культури державного службовця на основі особистісних чинників;
- сформулювати стратегічні пріоритети та напрями удосконалення механізму формування інформаційної культури державного службовця;
- провести оцінку ефективності підвищення рівня інформаційної культури державного службовця та його впливу на позитивну репутацію державного органу.

**Об'єктом дослідження** є інформаційна культура державного службовця та засоби її формування.

**Предметом дослідження** є інструменти формування інформаційної культури з врахуванням особистісних чинників.

У роботі використано такі **методи**: метод дедукції та індукції, метод аналізу та синтезу, хронологічний метод, структурно-функціональний, системний, хронологічний.

**Структурно** робота складається з вступу, трьох основних розділів з підрозділами, висновків та переліку використаних джерел.



## **РОЗДІЛ 1. СУТНІСТЬ ТА ЗНАЧЕННЯ ІНФОРМАЦІЙНОЇ КУЛЬТУРИ В ДІЯЛЬНОСТІ ОРГАНІВ ДЕРЖАВНОЇ ВЛАДИ**

### **1.1 Теоретичні основи формування інформаційної культури державних службовців як чинника розвитку інформаційного суспільства**

Поняття «інформаційна культура» широко досліджується та аналізується в кількох наукових дисциплінах, включаючи педагогіку, інформатику, філософію, культурологію та бібліотекознавство. Кожна сфера розглядає цю концепцію з різних точок зору, що призводить до відсутності консенсусу щодо її тлумачення. У нашому практичному розумінні інформаційна культура означає ступінь обміну інформацією та вміння ефективно використовувати відповідну інформацію в суспільстві. Це також здатність суспільства ефективно використовувати інформаційні ресурси, використовувати різні засоби інформаційної комунікації, застосовувати передові досягнення в галузі інформаційних технологій.

Успіх державних службовців у їхній ролі фасилітаторів обміну інформацією в суспільстві через систему електронного урядування значною мірою залежить від інформаційної культури. Це стосується загальних знань, навичок і перспектив, якими володіють державні службовці, коли йдеться про ефективне задоволення інформаційних потреб громадян. Інформаційна культура є невід'ємною частиною загальної культури людини, що охоплює її розуміння інформації та її здатність цілеспрямовано використовувати її в системі електронного урядування. Стандарти, за якими оцінюється інформаційна культура державних службовців, охоплюють різноманітні фактори. До них належать відповідність мови, яка використовується для передачі інформації, ефективність пошуку необхідної інформації, ефективність обробки інформації та створення інноваційного контенту, рівень послуг, що надаються для задоволення інформаційних потреб громадян, і надійність інформації. заходи безпеки [4].

На нашу думку, механізми формування інформаційної культури державних службовців мають охоплювати правову, організаційну, технологічну, освітню та соціальну складові. Ці групи відіграють важливу роль у формуванні інформаційної культури державних службовців (рисунок). Критеріями сформованості інформаційної культури державних службовців повинні бути визначені усвідомлення ними важливості інформації в суспільстві, розуміння закономірностей інформаційного середовища, вміння користуватися новими інформаційними технологіями. Ці критерії мають важливе значення для вирішення важливих питань, пов'язаних з інформаційною культурою, на які впливають різні фактори, такі як поточні виклики державотворення та реформування державної служби в Україні. Крім того, вкрай важливо дослідити природу інформаційної діяльності, яку здійснюють органи влади в сучасних умовах, оскільки вона відображає загальнолюдські цінності. Крім того, необхідні подальші дослідження, щоб зрозуміти структуру інформаційної культури як соціального явища та визначити ключові сфери її розвитку.

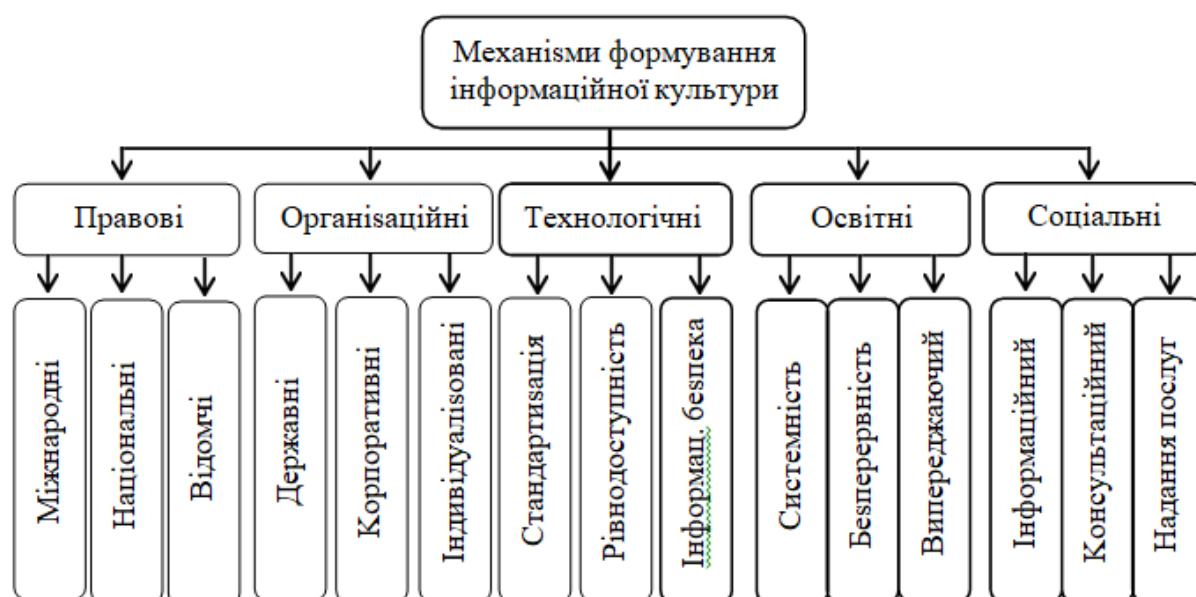


Рисунок 1.1 Механізми формування інформаційної культури державних службовців

Це включає вивчення взаємовпливу та зростання організаційних, освітніх, технологічних, соціальних, індивідуальних і моральних аспектів інформаційної

культури, а також їх правових наслідків у рамках регулювання суспільних інформаційних відносин.

*Метою правових механізмів є узгодження та інтеграція міжнародних, національних та відомчих правових заходів, що стосуються розвитку державної служби та суспільства за допомогою використання інформаційних технологій. Основний фокус кадрової політики полягає у створенні ефективної системи навчання та найму винятково кваліфікованих професіоналів для участі в державній службі, одночасно гарантуючи конкурентоспроможність державної служби на ринку праці [6]. Президент України визнав важливість розвитку інформаційного суспільства та визначив 2011 рік періодом, спрямованим на розвиток освіти та сприяння розвитку інформаційного суспільства [7].*

*Організаційні механізми, які сприяють становленню інформаційної культури, діють на різних рівнях ієрархії, включаючи державний, корпоративний та індивідуальний рівні. Ці механізми призначені для сприяння розвитку інформаційних процесів у системі управління з урахуванням конкретних законів і принципів, які ними керують. Вони також забезпечують концентрацію зусиль на пріоритетних напрямках і впливають на ставлення та поведінку менеджерів. Крім того, вони відіграють певну роль у формуванні характеристик заохочення з боку однолітків, відбору та призначення працівників, а також їх просування та звільнення. Зрештою, ці механізми допомагають визначити філософію, цілі та структуру організації.*

Виходячи з досвіду, було помічено, що контрольовані характеристики організаційної культури мають значний вплив на показники діяльності органу. Як наслідок, для керівників органів вкрай важливо приділяти значну увагу оцінці та формуванню цієї культури. Важливо відзначити, що не існує культури, яка б ідеально підходила для всіх органів. Культура кожного органу визначається його цілями, специфічними характеристиками та факторами середовища, в якому він працює. Цінності, які пропагує культура, повинні або повністю розділятися, або не сприйматися працівниками негативно. Сила культури визначається ступенем, до якого вона впливає на поведінку

державних службовців всередині органу. Формуванню культури сприяють інформаційні комунікації, які є частиною організаційної соціалізації. Цей процес передбачає постійну передачу ключових елементів культури організації її членам через офіційні та неофіційні канали. Варто зазначити, що соціалізація також сприяє формуванню відчуття безпеки як у керівників, так і у підлеглих. З іншого боку, існує процес, який називається індивідуалізацією, який протилежний соціалізації. Він передбачає активні дії співробітників, спрямовані на зміну культури організації. Значний вплив на формування нової інформаційної культури має баланс між соціалізацією та індивідуалізацією, а також наявність працівників з різним ставленням до культурних норм.

Вирішальну роль у формуванні інформаційної культури державних службовців відіграє впровадження єдиних інформаційних стандартів. Ці стандарти гарантують усім рівний доступ до інформаційних ресурсів і надають пріоритет національній інформаційній безпеці. Важливо, щоб будь-яка інформаційна система відповідала вимогам чинного законодавства та затверджених технічних стандартів. Це важливо не лише для дотримання законодавства, а й для сприяння інтеграції України в європейський ринок та підвищення конкурентоспроможності національної економіки. На нашу думку, ефективним способом сприяння розвитку культури інформаційної безпеки серед державних службовців є освіта. Вкрай важливо навчити їх цінності безпеки та відповідального використання комп'ютерних технологій. Вони також мають бути навчені поводженню з інцидентами, пов'язаними з порушенням інформаційної безпеки, і розуміти відповідні канали для повідомлення про такі інциденти. Оснастивши державних службовців цими знаннями, ми можемо посилити загальну інфраструктуру інформаційної безпеки та захистити конфіденційні дані від потенційних загроз.

Ринок персональних комп'ютерів в Україні стрімко розвивається, випереджаючи інші європейські країни. Крім того, розширюється доступ населення до інформаційно-комунікаційних послуг. Проте дані соціологічного аналізу «Україна та Європа» показують, що приголомшливі 75% громадян

України не мають доступу до Інтернету, тоді як більшість людей в інших європейських країнах мають. Відсутність доступу пов'язана насамперед із нерозвиненою комунікаційною інфраструктурою, що особливо помітно в Києві, де проживає більше половини користувачів Інтернету. Як наслідок, інформація нерівномірно розподіляється між громадянами, що призводить до того, що одні особи отримують перевагу над іншими з точки зору соціальних, економічних, гендерних, освітніх і політичних аспектів. Експерти зі США та європейських країн оцінюють, що Україна входить до числа країн з високим рівнем «інтелектуального піратства». Подолання інформаційної бідності стало глобальним викликом для міжнародної спільноти, і вирішення цього питання полягає в розвитку системи освіти. Усвідомлення важливості отримання знань, навичок самостійного пошуку інформації, систематизації та обміну з іншими користувачами є вирішальним. Зрештою, розвиток системи освіти має призвести до підвищення якості життя населення, оскільки вирішує проблему інформаційної нерівності. Важливо зазначити, що проблема інформаційної нерівності виходить за межі технологічного доступу до інформаційних технологій; вона також глибоко пов'язана з інформаційною культурою людини. Тому зусилля щодо подолання інформаційної нерівності та сприяння формуванню інформаційної культури тісно переплітаються.

Внаслідок нерівномірного розподілу зусиль та відсутності системно структурованого підходу до інформаційного навчання особистості загальний рівень інформаційної культури суспільства залишається невітшно низьким. Це усвідомлення має величезне значення, оскільки має стати наріжним каменем для переоцінки ролі інформаційної культури в розвитку сучасного суспільства. У наш час інформаційна культура стрімко перетворюється на неодмінну передумову для ефективної інтеграції людей в інформаційний ландшафт, що постійно розвивається.

Освітні механізми відіграють вирішальну роль у формуванні інформаційної культури, охоплюючи такі елементи, як системність, безперервність та перспективне освітнє навчання. Для ефективної реалізації

цих механізмів необхідні суттєві реформи існуючої системи освіти, що робить її першочерговим напрямком державної політики у сфері освіти. Зокрема, коли мова йде про навчання державних службовців та посадових осіб місцевого самоврядування, важливо дотримуватися європейських стандартів і зосередитися на формуванні професіоналів, які володіють ключовими навичками та навичками, необхідними для інформаційного суспільства. Це вміння диференціювати інформацію, відбирати релевантну інформацію, розробляти та використовувати інформацію, а також встановлювати критерії оцінки її якості. Однією з актуальних проблем, що постають перед навчальними закладами, є необхідність комплексного підходу до формування інформаційної культури фахівців усіх сфер розвитку інформаційного суспільства. Людям недостатньо просто орієнтуватися в новому комунікаційному просторі; вони також повинні використовувати його потенціал для своїх професійних починань. Останні дослідження вказують на те, що комп'ютеризація стала помітною тенденцією сучасної цивілізації, що робить обов'язковим для професіоналів не лише володіти досвідом у своїх відповідних галузях, але й мати здатність ефективно використовувати можливості, надані інформаційним суспільством. У цьому контексті кваліфікований фахівець визначається як той, хто не тільки володіє необхідними професійними знаннями, вміннями та навичками, але й демонструє вміння використовувати у своїй роботі нові можливості, які пропонує інформаційне суспільство. Це включає в себе використання різноманітних інформаційних ресурсів, доступних через корпоративні, національні та міжнародні інформаційні мережі. Для сприяння таким можливостям вкрай важливо розвивати національну інформаційну інфраструктуру та забезпечити безперебійну інтеграцію України в міжнародний інформаційний простір. Міжнародні стандарти інформаційної культури можуть виступати цінним інструментом для моніторингу якості інформаційної підготовки індивідів, гарантуючи, що вони відповідають необхідним стандартам і вимогам.

У сучасну епоху наявність і використання інформаційних ресурсів мають важливе значення для розвитку наукової, технічної та соціально-економічної областей. Отже, здатність нації створювати, зберігати, поширювати та вміло використовувати ці ресурси відіграє ключову роль у визначенні її конкурентоспроможності та визнається важливою передумовою для захисту національної безпеки.

Крім того, необхідно вдосконалити нормативно-правову базу та методологію у сфері захисту державних інформаційних систем і ресурсів. Йдеться, зокрема, про встановлення єдиного порядку узгодження технічних завдань із забезпечення інформаційної безпеки державних інформаційних систем і ресурсів. Підсумовуючи, виховання культури інформаційної безпеки в державних органах потребує комплексного підходу, який передбачає різноманітні заходи, такі як удосконалення законодавства, встановлення чітких правил і вказівок, впровадження систем моніторингу, посилення заходів захисту та забезпечення належного навчання та навчання державних службовців. Для формування культури інформаційної безпеки в органах державної влади необхідно застосовувати комплексний підхід із залученням усіх механізмів забезпечення цього процесу. Існує кілька заходів, які можна вжити для покращення та розвитку культури інформаційної безпеки в органах державної влади. Важливим заходом є вдосконалення законодавства щодо взаємодії державних органів, зокрема щодо забезпечення інформаційної безпеки. Це передбачає створення чітких правил та інструкцій щодо формування та використання державних інформаційних ресурсів. Створивши чітко визначену систему, було б легше здійснювати моніторинг та прогнозувати інформаційну безпеку органів державної влади, використовуючи результати для оцінки загальної інформаційної безпеки державних структур. Нарешті, надзвичайно важливо інвестувати в професійний розвиток і навчання державних службовців. Це передбачає розробку та реалізацію спеціалізованих освітніх програм, спрямованих на питання інформаційної безпеки. Оснастивши державних службовців необхідними знаннями та навичками, вони будуть

краще підготовлені до обробки та захисту конфіденційної інформації. Ще одним важливим кроком є розробка системи контролю за діями державних службовців при роботі з конфіденційною інформацією. Впроваджуючи суворі правила та вказівки, можна було б мінімізувати ризики, пов'язані з неправильним використанням або несанкціонованим доступом до інформації.

*Створення соціальних механізмів* формування інформаційної культури державних службовців має бути спрямоване на розвиток електронної демократії та задоволення інформаційних потреб громадян. Ці механізми охоплюють різні компоненти, а саме: поширення інформації, процеси консультацій та механізми надання послуг [5].

Інформаційні механізми забезпечують наявність інформації на національних інформаційних ресурсах, яка є цінним ресурсом громадянської участі громадян. Це охоплює широкий спектр інформації, включаючи офіційні публікації, звіти громадян тощо. Для реалізації цього механізму використовуються різні інструменти та платформи, такі як журнали, конференції, системи доставки новин, списки розсилки, проміжні засоби та мобільний телефон. З іншого боку, механізми консультацій пропонують методи діалогу для формування громадської думки. Ці механізми вводяться в дію шляхом сприяння зворотному зв'язку через оперативні канали, форуми та онлайн-конференції. Зі збільшенням кількості індивідуальних звернень громадян, представників ЗЕД, громадських організацій щодо надання державних послуг актуальним стало надання цих послуг в електронному вигляді. Крім того, прогнозується, що попит на такі послуги зростатиме. Перехід на електронні публічні послуги дає численні переваги, зокрема зниження витрат, спрощене зберігання та транспортування документів, економію часу на обробку інформації, підвищення прозорості адміністративних процедур, усунення надмірностей та прискорення процесів. Для того, щоб ефективно задовольнити потреби найбільш соціально вразливих верств населення, використання систем на основі соціальних карток виявилось успішним підходом [7].



## **1.2 Нормативно-правове регулювання формування інформаційної культури державних службовців**

Важливою складовою інформаційного законодавства України є нормативно-правові акти, що регулюють суспільні відносини, пов'язані з розвитком інформаційної культури. Важливо зрозуміти походження цих актів у контексті становлення країни. Акт проголошення незалежності України 1991 року ознаменував початок складного завдання становлення національної законодавчої системи. Серед першочергових законодавчих заходів, прийнятих Верховною Радою України, був Закон України «Про основи державної політики у сфері науки і науково-технічної діяльності». Цей закон визнавав науково-технічний прогрес головною рушійною силою суспільного розвитку, підвищення добробуту громадян, сприяння їхньому духовному та інтелектуальному зростанню. Також було підкреслено прагнення держави до пріоритетності розвитку науки як найважливішого джерела економічного зростання та невід'ємного аспекту національної культури та освіти. Крім того, закон спрямований на створення необхідних умов для реалізації інтелектуального потенціалу громадян у науково-технічній діяльності та використання вітчизняних і світових науково-технічних досягнень для вирішення соціальних, економічних, культурних та інших завдань. Ще одним свідченням розуміння законотворців є включення до цього закону частини 2 статті 1, яка визнає зв'язок між формуванням наукового світогляду та задоволенням інформаційних і культурних потреб громадян. Це положення встановлює, що науково-технічна сфера охоплює суспільні відносини, що складаються в ході науково-технічної діяльності з метою здобуття нових знань і їх використання для вдосконалення засобів, знарядь, предметів, умов життя і праці, які сприяють духовному і духовному розвитку людини. культурний розвиток суспільства.

Включення правового забезпечення розвитку інформаційної культури також можна визначити у статті 18 цього закону. У його першому розділі зазначено, що державна політика формування науково-технічних кадрів є невід'ємною частиною загальнодержавної науково-технічної стратегії. Його основна мета полягає в тому, щоб забезпечити постійне відтворення інтелектуального потенціалу суспільства, сприяти зростанню та поширенню наукових і технічних знань, а також розвивати культуру інновацій і творчості в науково-технічному співтоваристві. Хоча в Законі України «Про основи державної політики у сфері науки і науково-технічної діяльності» конкретного визначення «інформаційної культури» прямо не згадується, можна зробити висновок, що поняття «наукова культура» та «технічна культура» підпадають під парасольку "інформаційної культури", як зазначено в підрозділі 1.1, який ми сформулювали. Тому цей законодавчий акт можна вважати одним із вихідних нормативно-правових документів, що створюють необхідну основу для розвитку інформаційної культури в Україні.

Важливо зазначити, що диференціація центральних органів виконавчої влади далека від ідеальної і потребує критичного розгляду. Необхідно звернути увагу на Указ Президента України «Про оптимізацію системи центральних органів виконавчої влади» [9], який закріплює організаційну структуру та взаємодію цих органів. При ретельному розгляді цього указу стає очевидним, що в ньому згадуються центральні органи виконавчої влади, на які не поширюється дія вищезазначеного закону. Указ передбачає створення спеціалізованих центральних органів виконавчої влади, таких як Пенсійний фонд України та Фонд державного майна України. Також згадуються суб'єкти зі спеціальним статусом, зокрема Антимонопольний комітет України, Державний комітет телебачення і радіомовлення України, Адміністрація Державної служби спеціального зв'язку та захисту інформації України, Національне агентство України з питань державної служби. Очевидно, що чинним законодавчим положенням бракує узгодженості, що призводить до значних проблем, коли йдеться про розподіл обов'язків між цими суб'єктами.

Крім того, аргументація визначення центральних органів виконавчої влади зі спеціальним статусом, викладена в Указі Президента, не має достатнього наукового обґрунтування, що ускладнює визначення їхнього призначення в даний час.

Сучасний стан організаційно-правового забезпечення інформаційної культури характеризується наявністю прогалин у визначенні обов'язків органів державної влади щодо її розвитку. Якщо різні нормативно-правові акти, такі як Концепція Національної програми інформатизації, Національна програма інформатизації та Стратегія розвитку інформаційного суспільства в Україні, визначають завдання у цій сфері, то нормативно-правові акти, що регулюють статус уповноважених органів виконавчої влади, лише вирішують ці завдання фрагментарно і безсистемно. Цей брак узгодженості перешкоджає послідовним зусиллям у розбудові інформаційного суспільства, розвитку інформаційної культури та ефективному моніторингу її результатів. Дозволи відіграють вирішальну роль у правовій базі підтримки інформаційної культури, оскільки вони надають особам, залученим у правові відносини, пов'язані з інформацією, право вживати проактивні дії. Ці дозволи можуть включати такі права, як свобода розвитку особистості (стаття 23), свобода збирати, зберігати, використовувати та поширювати інформацію (стаття 34), а також інші права, закріплені в Конституції України. Важливо зазначити, що чинний Закон України «Про освіту» намагається конкретизувати такі дозволи шляхом введення поняття «інформаційно-комунікаційна компетентність» у статтю 12. Ця стаття окреслює основні компетентності, які повинні культивуватися через повну середню освіту. Проте, як і в попередніх прикладах, законодавець акцентує увагу лише на одному аспекті інформаційної культури.

### **1.3 Інформаційна культура у структурі професійної компетентності державних службовців**

Для того, щоб органи державного управління могли ефективно виконувати свою роль у суспільстві, необхідно, щоб вони встановлювали відносини з іншими суб'єктами. Без таких відносин ці органи не зможуть здійснити необхідні зміни у зовнішньому світі. Таким чином, функції цих адміністративних суб'єктів служать засобом вираження взаємозв'язку різних суб'єктів адміністративного права. Ці функції відіграють вирішальну роль у визначенні призначення управлінських суб'єктів у системі, а також ключових напрямів їхнього впливу на суспільні відносини. По суті, функціонування системи суб'єктів управління є синонімом їх практичної діяльності. Саме через цю діяльність реалізуються специфічні функціональні та цільові ролі цих суб'єктів.

Розуміння справжньої природи функцій тісно пов'язане з точним визначенням конкретних видів діяльності. Тому, досліджуючи функції органів державного управління, вкрай важливо мати чітке розуміння змістовних аспектів відносин державного управління. Ці відносини охоплюють відповідальність суб'єктів влади за будь-які протиправні дії, а також відповідальність за порушення встановлених норм, які називаються відносинами адміністративної відповідальності. Крім того, існують відносини, які виникають, коли неавторитетні суб'єкти звертаються за допомогою або вказівками до органів державного управління, і називаються відносинами переорієнтації або відносинами адміністративних послуг [5, с. 24–25].

Розуміння сутності функцій органів публічної адміністрації значною мірою залежить від зв'язків, які вони мають із зовнішнім середовищем соціальної системи. Ці відносини мають вирішальне значення для задоволення об'єктивних потреб суспільства та формування різноманітної діяльності системи. Отже, функції органів державного управління можна класифікувати на

окремі та спеціалізовані компоненти, які представляють різні напрямки задоволення суспільних потреб. Об'єктивні потреби суспільства суб'єктивно відображаються в цілях діяльності державного управління. Ці цілі охоплюють бажані результати та результати, яких ці дії прагнуть досягти. Функції суб'єктів державного управління обумовлені метою ефективного впливу на суспільні відносини, кінцевою метою якої є організація та забезпечення певного стану чи стану для інших членів громадянського суспільства. Мета виступає керівним принципом, диктуючи спосіб і характер дій суб'єкта, ефективно узгоджуючи його волю з прагненням до цієї мети.

Відповідно, основні цілі органів державного управління об'єктивно зумовлені потребами членів громадянського суспільства. Ці цілі, які є визначальним аспектом кожної функції, відіграють вирішальну роль у формуванні змісту цих функцій. Отже, самі функції встановлюють мету державного управління, а обсяг повноважень, наданих суб'єктам державного управління, безпосередньо пов'язаний із цими функціями. Кожна функція діє в межах своєї сфери впливу і зазвичай виконується за допомогою відповідних методів. Сама функція визначає характер діяльності, яку здійснюють суб'єкти державного управління, і певною мірою відображає сутність їх ролі. За своєю суттю функція і предмет державного управління тісно переплітаються і взаємозалежні. З одного боку, функція значною мірою залежить від суб'єкта державного управління, який її створив. З іншого боку, суб'єкт державного управління існує і діє виключно завдяки виконанню своїх функцій. Отже, функції органів публічної адміністрації є орієнтирами їхньої діяльності, репрезентуючи бажані результати та безпосередньо пов'язані з обсягом і змістом повноважень, наданих цим суб'єктам.

Велика увага та аналіз у науковій літературі присвячені дослідженню різноманітних функцій, які виконують органи виконавчої влади в рамках державного управління. Ці функції, які є невід'ємною частиною системи адміністративних суб'єктів, часто називають різними термінами, такими як

функції управління, функції органів державного управління, функції органів виконавчої влади.

Загалом загально визнано, що органи державного управління повинні охоплювати різноманітні функції, такі як державне управління, надання адміністративних послуг та правозастосування (включаючи адміністративну відповідальність та провадження). Ці функції вважаються виключно органами державного управління. Крім того, є ще дві ексклюзивні функції: контроль і мобілізація (забезпечення ресурсами). З іншого боку, існують єдині функції, які поділяють органи державного управління, зокрема нормотворча, правоохоронна та системна. Іншою важливою функцією державного управління є управління інформацією. Інформація служить двом основним цілям: визначити, чи були порушені закони, і прийняти політичні рішення на основі фактичних доказів. Важливо зазначити, що, незважаючи на певний прогрес у наукових дослідженнях, питання визначення функцій органів державного управління у національному законодавстві все ще перебуває на початковій стадії вирішення. Значний крок у цьому напрямі зроблено із запровадженням Закону України "Про центральні органи виконавчої влади", який визначає організацію, повноваження та порядок діяльності центральних органів виконавчої влади в Україні [8].

Введення в дію цього закону стало важливою віхою в класифікації різних центральних органів виконавчої влади за їх функціональним призначенням. До складу цих органів входять міністерства, служби, агентства та інспекції. Важливо визнати, що міністерства відіграють важливу роль у формуванні та реалізації державної політики в конкретних сферах, тоді як інші центральні органи виконавчої влади відповідають за виконання конкретних функцій із підтримки реалізації політики. У випадках, коли більшість функцій, які виконує центральний орган виконавчої влади, пов'язані з наданням адміністративних послуг особам та організаціям, воно структуровано як послуга. З іншого боку, якщо основним напрямком діяльності центрального органу виконавчої влади є управління об'єктами державної власності, що належать до його юрисдикції,

він утворюється як агентство. Нарешті, коли до основних обов'язків центрального органу виконавчої влади входить здійснення нагляду та забезпечення додержання законодавства суб'єктами державної влади, органами місцевого самоврядування, їх посадовими особами, юридичними та фізичними особами, він встановлює систему інспектування.

Аналіз соціально-психологічних аспектів професії як необхідної діяльності в суспільстві дає змогу виділити фундаментальні елементи професійної діяльності та включити їх до освітньої програми підготовки державних службовців. Кожна професія має свої унікальні характеристики з точки зору процедур та організації, які впливають на баланс і розподіл як фіксованих, так і гнучких компонентів професійної компетентності. Постійний компонент, по суті, є основою професії, представляючи собою мінімальну кваліфікацію, необхідну для працівника в певній галузі. Однак у зв'язку зі змінами соціальної динаміки, геополітичними факторами та досягненнями науки і техніки гнучка складова підготовки фахівців набуває все більшого значення. Швидкі темпи прогресу в 21 столітті унеможливили повну увагу до цих змін під час навчального процесу. У результаті працівникам часто доводиться вчитися на роботі, а не покладатися виключно на формальну освіту, оскільки певні технології чи виробничі процеси можуть застаріти. Унікальна природа державного службовця вимагає постійної відданості навчанню та вдосконаленню. Цей постійний компонент професійної підготовки дозволяє державним службовцям отримати додаткові відповідні навички для їхніх конкретних посад і гарантує, що ці навички залишаються актуальними. Ця соціально-професійна компетентність є життєво важливою частиною всіх функцій, які виконують державні службовці в широкому спектрі службових обов'язків.

Навчання особистості предмету праці передбачає розвиток різноманітних якостей особистості, необхідних для її професійної та соціальної компетентності. Ці якості, які включають професійні знання, соціальні навички та індивідуальні психологічні риси, відіграють вирішальну роль у широкому

діапазоні робочих ситуацій і використовуються працівниками для успішного виконання поставлених завдань. У підході до підготовки фахівців інваріантні компоненти професійної діяльності є основою сфери знань працівника. Специфічні компетенції, якими володіє працівник, визначають його професійні здібності, ступінь його участі в справах, пов'язаних з роботою, і очікувані результати, яких вони можуть досягти, наприклад, послуги, які вони надають, або продукція, яку вони виробляють.

Таблиця 1.1

Логічна структура взаємозв'язку інваріантних компетенцій із професійними функціями державних службовців [2; с. 116]

Адміністративна функція	Здатність до використання ІКТ у професійній діяльності. Уміння здійснювати ефективне управління. Уміння здійснювати комунікацію та налагоджувати взаємодію. Уміння вчитися та освоювати нові знання та досвід. Лідерські якості (публічна діяльність). Уміння досягати поставлених цілей. Уміння здійснювати ефективне управління. Стресостійкість.
Проектувальна/планувальна функція	Здатність до використання ІКТ у професійній діяльності. Критичність мислення та неупередженість. Уміння вчитися та освоювати нові знання та досвід. Управління змінами та проектна діяльність. Уміння працювати з інформацією. Уміння досягати поставлених цілей. Управління фінансами та іншим матеріальними, інтелектуальними (духовними) ресурсами.
Організаційна функція	Здатність до використання ІКТ у професійній діяльності. Уміння здійснювати ефективне управління. Уміння здійснювати комунікацію та налагоджувати взаємодію. Уміння вчитися та освоювати нові знання та досвід. Стресостійкість. Уміння здійснювати ефективне управління. Управління фінансами та іншим матеріальними, інтелектуальними (духовними) ресурсами.
Виконавча/розпорядча функція	Здатність до використання ІКТ у професійній діяльності. Уміння здійснювати комунікацію та налагоджувати взаємодію. Критичність мислення та неупередженість. Уміння вчитися та освоювати нові знання та досвід. Лідерські якості (публічна діяльність). Уміння досягати поставлених цілей.

Однією з найважливіших навичок для державного службовця є здатність ефективно спілкуватися та встановлювати стосунки з різними особами, включаючи як колег-державників, так і звичайних громадян, які покладаються



на державні послуги. Важливо, щоб державний службовець володів ефективними стратегіями сприяння комунікації та розвитку соціальних взаємодій, а також методами вирішення конфліктів. Вони повинні зберігати неупереджене ставлення до всіх членів суспільства та володіти сильними навичками міжособистісного спілкування, які дозволяють їм взаємодіяти з маргіналізованими групами. Крім того, розвиток цієї компетенції передбачає встановлення зв'язків із потенційними зацікавленими сторонами, агентами змін, громадськими організаціями та іншими гілками влади. Щоб успішно досягти своїх цілей, державні службовці повинні бути здатними зібрати команду співробітників не лише серед своїх підлеглих, але й із зовнішніх джерел, і ефективно мотивувати їх робити внесок у проект. Крім того, державні службовці повинні володіти навичками взаємодії зі ЗМІ, точного подання інформації в соціальних мережах, активної участі в публічних заходах, ефективного формулювання своєї думки під час публічних виступів та інтерв'ю, надання експертних оцінок та взаємодії з користувачами державних послуг. Досягнення цих завдань вимагає високого рівня володіння мовою та володіння як офіційною національною мовою, так і офіційними мовами Європейського Союзу.

У сучасному інформаційному суспільстві від державних службовців вимагається низка професійних навичок для ефективного орієнтування та обробки великих обсягів інформації. Це включає здатність керувати інформаційними потоками, орієнтуватися в інформаційному просторі та бути в курсі відповідних правових норм у своїй сфері роботи. Вміння працювати з інформацією вважається важливою компетентністю державних службовців у ширшому контексті їх взаємодії з соціальним середовищем. Багато завдань, які виконують державні службовці, передбачають проведення досліджень і збір інформації, тому для них важливо мати можливість швидко знаходити та використовувати відповідні дані. Розвиток цієї компетенції вимагає навичок роботи з базами даних, проведення аналізу інформації та забезпечення точності інформації. В інформаційному суспільстві соціальна віртуалізація стала

нормою життя людей, а цифрові мережі та пов'язані з ними служби посередницькі взаємодії між різними зацікавленими сторонами у суспільних і державних відносинах. Щоб полегшити доступ до інформації та покращити її ефективний збір, уряди створили комплексні електронні системи, відомі під загальною назвою електронний уряд, які забезпечують безперебійний зв'язок між окремими особами чи групами та державними установами. Ці електронні сервіси виявилися зручними та ефективними для полегшення зв'язків між громадянами та державними органами. Тому державні службовці повинні володіти здатністю ефективно використовувати послуги електронного урядування, надавати публічні послуги у віртуальному інформаційному просторі, володіти сучасними комп'ютерними технологіями та телекомунікаціями.

Критичне мислення є фундаментальною компетентністю для працівників, які займаються діяльністю, пов'язаною з обробкою великих обсягів інформації та прийняттям обґрунтованих рішень на основі зроблених висновків. В епоху постійної інформатизації державні службовці повинні підходити до фактів і нових знань з професійним, неупередженим мисленням. Крім того, виклики, пов'язані з інформаційним суспільством, також підкреслили важливість впровадження інформаційно-комунікаційних технологій (ІКТ) у професійну діяльність. Ці технології дозволяють людям отримувати доступ до нової інформації та сприяють більш ефективній комунікації в соціальному середовищі завдяки цифровим і телекомунікаційним інструментам. Цей важливий набір навичок включає в себе здатність ефективно використовувати цифрові технології в професійному контексті, підтримувати позитивне ставлення до їх інтеграції в повсякденні завдання та ефективно організовувати виробничий процес із використанням останніх цифрових досягнень. У сфері державної служби ця компетенція тісно пов'язана з використанням послуг електронного уряду, навігацією професійними базами даних, використанням електронних засобів зв'язку та використанням мережевих онлайн-сервісів. Загалом поява цифрової ери зумовила необхідність розвитку цих важливих

навичок для майбутніх працівників різних професій. Розвиваючи критичне мислення, креативність, здібності до суджень і прийняття рішень, а також когнітивну гнучкість, люди можуть процвітати на ринку праці, що швидко розвивається, і ефективно сприяти розвитку своїх галузей. На сучасному ринку праці, що швидко розвивається, для майбутніх працівників різних професій важливо володіти критичним мисленням, креативністю, навичками судження та прийняття рішень, а також когнітивною гнучкістю. Цифрова революція кардинально змінила спосіб нашої роботи, оскільки багато традиційних виробничих процесів тепер відбуваються у віртуальній сфері. У результаті ландшафт професійної кар'єри змінюється, породжуючи нові типи зайнятості, які обертаються навколо обробки потоків інформації та забезпечення їх безперебійної циркуляції.

Професійні компетенції, згадані вище, є основними навичками та якостями, якими повинен володіти кожен державний службовець, незалежно від посади чи відділу, у якому він працює. Ці компетенції слід розвивати шляхом професійного навчання та інтегрувати в навчальну програму предметів, які стосуються його професії. Оцінка цих компетенцій має проводитися під час атестації державних службовців та протягом їх кар'єрного розвитку [2; с. 118].

## РОЗДІЛ 2 ІНФОРМАЦІЙНА КУЛЬТУРА ЯК ФАКТОР ФОРМУВАННЯ ПОЗИТИВНОГО ІМІДЖУ ДЕРЖАВНОГО СЛУЖБОВЦЯ

### 2.1 Поняття іміджу та його значення для ефективної діяльності державних служб

Ідея іміджу відіграє значну роль у різноманітній громадській діяльності, зокрема у сфері публік релейшнз. Насправді імідж є невід'ємною складовою роботи державного службовця. У сфері зв'язків з громадськістю визначення іміджу часто відноситься до манери та зовнішнього вигляду поведінки індивіда, особливо під час його взаємодії в суспільстві. У деяких випадках імідж можна розглядати як сукупність цінностей і уявлень, які формують те, як люди описують, запам'ятовують і сприймають об'єкт, зрештою впливаючи на їх ставлення та поведінку до нього. По суті, імідж є засобом, за допомогою якого об'єкт або особа стає впізнаваним і відомим [5, с.171]. При цьому під об'єктом іміджу найчастіше є людина, яка обіймає певну посаду чи є публічною в силу роду своєї діяльності.

Визначення поняття «імідж» підкреслюють, що імідж містить не тільки природні властивості особистості, а й спеціально розроблені, створені, сформовані. Інші визначення підкреслюють, що образ значною мірою визначається об'єктивними ознаками об'єкта, зокрема, образ людини визначається її психологічним типом та відповідністю вимогам часу та суспільства. Обидва напрямки дослідження іміджу є правильними, оскільки розкривають різні сторони функціонування даного поняття.

Численні вчені враховують різні фактори, досліджуючи це поняття, охоплюючи не лише зовнішній вигляд людини, який формується її анатомічними характеристиками та вибором одягу, але й практично всі спостережувані ознаки. Це включає отримання повного розуміння того, як вас сприймають інші, беручи до уваги різні аспекти, такі як ваш загальний вигляд,

манера говорити, вибір моди, професійна поведінка, здібності, фізична позиція, мова тіла, вибір аксесуарів та середовище, в якому ви знаходитесь [36].

Інший важливий аспект, який слід враховувати при обговоренні поняття іміджу, на якому наголошують багато дослідників у цій галузі, — це його функціональність. Простіше кажучи, образ не є самоціллю. Це розуміння підтверджує необхідність зусиль або для створення нового іміджу, або для покращення існуючого. Іноді одних лише індивідуальних зусиль може бути недостатньо для досягнення бажаного результату. У таких випадках суб'єкту, який прагне підвищити свій імідж, доцільно звернутися за професійною допомогою, навіть якщо це стосується особистого іміджу, який використовується в міжособистісних взаємодіях. Людина, яка шукає допомоги в цьому сценарії, стає клієнтом, тим, хто споживає та отримує вигоду від наданих професійних послуг. З огляду на те, що створення та трансформація іміджу за таких обставин вимагає професійних навичок, спеціальних знань і часто спричиняє певні витрати (які не обов'язково можуть бути грошовими, але можуть включати вкладення часу, енергії та інших ресурсів), цінність і Ціна зображення як продукту може бути оцінена на основі того, наскільки добре воно виправдовує очікуваний результат клієнта.

У сучасному розумінні імідж – це існуючий у масовій свідомості стереотипний образ певного об'єкта, в нашому випадку працівника державної служби. Основою іміджу є формальна система ролей, які людина виконує у своєму житті, доповнена рисами характеру, певними особистісними характеристиками, зовнішністю, одягом тощо.

Перш за все, варто сказати, що кожна організація, усвідомлюючи це чи ні, має свій імідж в свідомості інших учасників ринку. Адже імідж об'єкта – це його «обличчя» в «дзеркалі» громадської думки.

Таким чином, імідж – це сформоване представлення інформації про діяльність та успіхи підприємства цільовій аудиторії, яке постійно та динамічно впливає на його відносини з потенційними та реальними покупцями, рівень конкурентоспроможності суб'єкта господарювання, фінансові результати та

контакти з іншими державними чи приватними підприємствами, установами та організаціями [3; с. 84].

Можна стверджувати, що в кожній організації існує імідж незалежно від того, хто над ним працює і чи працює він взагалі.

Це дає можливість умовно розділити це поняття на такі підвиди: контрольований (керований) та неконтрольований (некерований) імідж державного службовця.

Важливо зазначити, що без належного управління та контролю репутація компанії формується виключно споживачами, і немає гарантії, що вона буде позитивною чи корисною для компанії. Дехто стверджує, що не варто турбуватися про імідж компанії, оскільки він формується реальними діями. Однак дані з усього світу демонструють, що якщо компанія не працює активно і цілеспрямовано над створенням відповідного іміджу, його легко можуть спотворити конкуренти або інші зовнішні фактори. Це спотворення часто виникає в результаті дій компаній-конкурентів. Тому, незважаючи на складний і трудомісткий характер створення сприятливого іміджу для організації, це набагато вигідніше і доцільніше, ніж необхідність пізніше виправляти несприятливий імідж, який спонтанно склався серед споживачів.

Формування іміджу відбувається з урахуванням основних принципів маркетингової комунікації, щоб компанія була не тільки відомою, але й привабливою. Імідж є найбільш ефективною формою комунікації, здатною створити у цільовій аудиторії саме те сприйняття, яке необхідно для досягнення конкретних цілей.

Імідж, репутація – один із надзвичайно важливих стратегічних ресурсів (нематеріальних, тобто активів без істотної складової) суб'єктів господарювання [8; с. 142].

При створенні іміджу враховується кілька основних факторів. До них відноситься маркетинг, який передбачає підкреслення унікальних маркетингових аспектів предмета. Соціологічний фактор передбачає виявлення переваг цільової аудиторії. Ситуаційний фактор фокусується на визначенні

конкретного контексту, в якому формується образ. Нарешті, комунікативний фактор забезпечує бажаний вплив інформації, що передається. Ці фактори відіграють вирішальну роль у створенні комплексного та ефективного іміджу.

Наголошено на загальних принципах формування іміджу компанії. Фахівці зі створення іміджу вважають, що імідж компанії складається з наступних елементів: фундаменту, тобто основи; образ зовнішній, внутрішній і нематеріальний.

Щоб побудувати фундамент іміджу та репутації, необхідно здійснити ретельний перегляд принципів ведення бізнесу, на основі яких компанія може розробляти положення щодо цілей своєї діяльності. Потім необхідно відобразити принципи і цілі в простій і короткій робочій версії корпоративної філософії. Наступним кроком є постановка довгострокових цілей. Коли компанія визначила цілі, настав час вирішити, яких стандартів повинні дотримуватися співробітники. Дотримання стандартів і принципів – це спосіб, який допоможе зберегти основу нового іміджу

Складання плану зовнішнього іміджу означає глибокий аналіз усього, що в першу чергу впадає в очі публіці і конкретному покупцеві. Зовнішній імідж фірми формують наступні елементи: якість продукції; реклама; соціальна активність; зв'язки зі ЗМІ; відносини з інвесторами; ставлення персоналу до роботи та її зовнішній вигляд.

Отже, зовнішній імідж – це те, як компанію сприймають суспільство, ЗМІ та споживачі.

Якість продукції є найважливішим елементом репутації компанії, оскільки доведено, що жодна реклама, якою б ефективною вона не була, не врятує неякісний продукт.

Зовнішній імідж формують і інструменти піару. Це включає висвітлення публічної діяльності компанії та її керівництва, спонсорство кампаній, контакти зі ЗМІ та надання їм матеріалів, що підкреслюють позитивний імідж компанії.

Внутрішній імідж компанії формується різними факторами, включаючи відносини між персоналом і керівництвом, загальний напрям компанії та

загальну атмосферу в організації. Для покращення цього внутрішнього іміджу впроваджуються цільові програми, такі як підвищення кваліфікації, спеціальне навчання персоналу, програми заохочення працівників. Ці ініціативи не лише створюють відчуття стабільності та довіри серед працівників щодо компанії та її діяльності, але й озброюють їх необхідними знаннями та мотивацією, щоб ефективно представляти компанію клієнтам і виконувати свої обов'язки з професіоналізмом і компетентністю. Отже, не можна недооцінювати значення персоналу у формуванні іміджу компанії. Крім того, вкрай важливо визнати нерозривний зв'язок між зовнішнім і внутрішнім іміджем компанії. Працюючи з персоналом над підвищенням рівня обслуговування клієнтів, сприйняття компанії в суспільстві може значно підвищитися [9; с. 88].

Таким чином, формування сприятливого іміджу державного органу – це запорука його ефективної діяльності, що надає можливість реалізації поставлених цілей даного суб'єкта. Для досягнення даних цілей важливим фактором є імідж керівництва даного органу влади, який має повністю підтверджувати добродійні наміри владної структури та вміння керівництвом правильно розпорядитись бюджетними коштами.

Не в останню чергу для досягнення поставленої мети та формування загального іміджу державного органу є імідж його першої особи, керівника чи іншої особи, яка представляє орган публічної влади перед громадянами та організаціями. Тому для створення позитивного іміджу важливим є правильно побудований ПР першої особи.

Вплив на розвиток компанії надають не тільки ринкові чинники, а й репутація його керівника. Експерти, клієнти, партнери, інвестори, чиновники, власні співробітники – відношення цих груп до першої особи компанії, що транслюється на саму компанію, часто визначає її позиції на ринку. Усвідомивши це, бізнесмени використовують особистий PR не тільки в політичних, а й у суто ділових цілях.

Згідно давньоримського прислів'я, «не місце прикрашає людину, а людина – місце». Перенісши цю мудрість на день сьогоднішній, можна



стверджувати, що репутація керівника в професійних та інших колах, особливості його поведінки, особистісні якості, а також інформація в пресі, багато в чому визначають імідж очолюваної ним організації. Тому першій особі компанії доцільно вести постійний моніторинг власного образу в публічному просторі і при необхідності вживати дії щодо його корегування.

Для багатьох керівників вже давно стало очевидним, що інформацією про компанію та персони, з якими вона асоціюється, можна і потрібно управляти в своїх цілях. В іншому випадку стійкість бізнесу перебуває під великим питанням, т. к. неконтрольоване поширення інформації в один прекрасний день може порушити роботу навіть стабільного підприємства. Очевидно, що формування репутації підприємства та його керівництва засобами PR за важливістю стоїть в одному ряду з усіма іншими бізнес-процесами. Репутація першої особи компанії відіграє велику роль в секторі B2B, при налагодженні зв'язків з органами влади та інвесторами, виході на IPO. PR перших осіб також має величезне значення для формування стандартів корпоративної культури, джерелом і провідником яких виступають топ-менеджмент і власники бізнесу.

Основним завданням PR-кампанії першої особи є активний ньюсмейкінг і підтримка у цільових аудиторій інтересу до її персони. Вибір аудиторій залежить від цілей PR- кампанії - це можуть бути ділова еліта, експертне співтовариство, ЗМІ, державні органи, широка громадськість. Вся робота розбивається на ряд підзадач.

По-перше, висока репутація керівника немислима без формування образу ефективного топ-менеджера, авторитетної людини у своїй галузі.

По-друге, він повинен виступати провідним експертом з питань ринку, висловлюватися з приводу актуальних подій і наявних проблем у своїй сфері бізнесу.

По-третє, PR-кампанія першої особи часто доповнюється вибудовуванням образу різнобічного людини, що має елітарне хобі чи захоплення, а також маленькі недоліки, які за великим рахунком викликають симпатію.

Концепція PR- кампанії в ЗМІ включає в себе визначення напрямків іміджевого позиціонування, формулювання ключових повідомлень, розробку тематики інформаційних приводів та плану інформаційної роботи .

У ході роботи над іміджем керівника розробляються лінії позиціонування особистості, містять як позитив, так і потенційні загрози формування негативного образу. Наприклад, часто трапляється, що рафінований «правильний» спосіб викликає недовіру, звинувачення в популізмі і відторгається професійним співтовариством. В якості корекції в цьому випадку використовується ефект «родзинки», тобто доповнення іміджу яким-небудь яскравим, незвичайним захопленням і невеликим недоліком, який, по суті, є продовженням його переваг [6; с. 104] .

Стратегія позиціонування першої особи державного органу, як правило, є частиною загальної комунікаційної стратегії. Розробляти цілеспрямовану роботу з позиціонування першої особи рекомендується, коли:

- необхідна корекція репутації першої особи компанії
- у випадку інформаційних воєн, коли потрібна структурована робота з взаємодії з пресою в умовах кризових ситуацій
- імідж першої особи є істотною складовою репутації компанії в цілому
- Робота з формування і реалізації стратегії позиціонування перших осіб складається з наступних етапів:
  - вибір спікерів компанії, делегування прав на публічні виступи, поділ інформаційних зон відповідальності;
  - визначення інформаційних ризиків, виявлення можливих кризових ситуацій;
  - розробка сценарного плану поведінки в разі виникнення тієї чи іншої кризової ситуації;
  - підготовка універсального запитальника (Q&A) для вирішення типових проблем в інформаційному просторі;
  - консультування перших осіб компанії з питань взаємодії з пресою;
  - інтенсифікація присутності спікерів в інформаційному полі.

Практика показала, що PR-служби можуть зробити вагомий внесок у практику управління державними органами. Запорукою успіху є не тільки обізнаність, а й постійна, безперебійна робота відділу. Невід'ємною складовою управління таким органом є позиціонування діяльності по допомозі різним верствам населення та інших послуг, які надає державний орган, а також акцій, спрямованих на реалізацію програм допомоги окремим категоріям, соціально незахищеним тощо чи іншим особам, які потребують моральної та матеріальної підтримки. Це – формування позитивної громадської думки про владу, створення інформаційного простору для налагодження та підтримки зв'язків із засобами масової інформації, формування іміджу компанії, проведення та підготовка рекламних та PR-акцій, надання інформації в мережі Інтернет, інформаційна реалізація значущих благодійних, освітніх, наукових та творчі проекти.

Залежно від зовнішніх умов і цілей органи державної влади вибудовують власну іміджеву стратегію та організують процес комунікації з різними групами суспільства.

Сучасні науковці пропонують розглядати цілеспрямовано створений імідж як сукупність наступних складових:

- популярність і репутація організації чи установи;
- швидкість реагування на зміни запитів споживачів;
- інноваційний потенціал і його реалізація;
- престиж існуючих програм;
- рекламна політика даної установи;
- рівень розвитку і наявність закордонних зв'язків;
- фінансова забезпеченість.

Отже, для формування зовнішнього іміджу виділяємо такі категорії зовнішніх форм [37; с. 119]:

Візуальна ідентифікація (фірмовий стиль) - це набір значень, завдяки яким об'єкт можна розпізнати і запам'ятати. Елементи візуальної ідентифікації: візуальні (колір, форма, шрифт); тактильні (фактура матеріалу, тканини або

паперу); слуховий (ритм, тембр). Додаткові значення можуть включати елементи символів зображення - ім'я, символи. Така символіка використовується під час заходів – конференцій, святкувань, днів благодійності тощо.

Основою візуальної ідентифікації є стиль і тема. Тематикою корпоративної тематики може бути місія, цінності, мета, стратегія тощо.

Поряд із зовнішнім виглядом співробітників особливого значення набувають форми поведінки, мова спілкування, діяльність і звичаї, характерні для організації (ритуали, церемонії та ін.). На формування іміджу колективу впливають такі фактори, як: кваліфікація, професійні якості спеціалістів; вікова група колективу.

Не менш важливим моментом у формуванні позитивного іміджу фонду є наявність відповідного іміджу керівника, який у свою чергу є своєрідним обличчям фонду, його візитною карткою, брендом. Для створення іміджу менеджера необхідно використовувати продукти його діяльності (наукові чи ділові досягнення, творчі перемоги); посилити базові атрибути: зробити фізичний образ максимально ефектним; характер - постійний; стиль - може здивувати. Так створюється «стратегія зірковості» – специфічний метод піару. Культура, мистецтво, благодійність та інші нематеріальні сфери, де особистість та індивідуальність мають першочергове значення. У технології поширення іміджу в масах важливо:

- створення рекламної продукції з фотографіями людини, її колективом: календарі, буклети, афіші, блокноти, банери тощо;

- відеоматеріали про суспільну діяльність: акції, презентації, конференції, виставки тощо (залежно від сфери діяльності); трансляція сюжетів на телебаченні; інформація в ЗМІ про нові проекти та їх реалізацію;

- творчі зустрічі з адептами спілкування: школярами, студентами, колегами за профільними сферами діяльності, представниками адміністрації тощо.

Завдяки медійній піар-кампанії кожен із цих заходів стає подією. Поряд з просуванням іміджу лідера відбувається «комерціалізація» рекламної ідеї для широкої публіки.

Позиціонування роботи державного органу може відбуватися за рахунок організації заходів за участю цільової групи. Наприклад, участь керівника у складі певних комісій, або в урочистих заходах, де наголошується участь певної гілки державної служби в позитивних змінах, і думка громадян про діяльність органу державної влади стає пріоритетною.

Нині одним із інструментів формування позитивного іміджу є створення певної події. Вдало організована подія привертає увагу ЗМІ і громадськості [20; с. 120].

Імідж державного службовця є одним із основних інструментів просування цілей його публічної діяльності. Чим кращий імідж даного працівника, тим краще ставлення до відповідного державного органу в цілому, що впливає на ефективність його функціонування. Імідж державного службовця має відповідати певним обов'язковим характеристикам. По-перше, цей образ суворо умовний. Це означає, що характер іміджу повинен враховувати культурну специфіку, рівень освіти населення, економічне становище та інші особливості контингенту, на який спрямована діяльність компетентного органу державної влади або його підрозділу. Час також визначає стратегічний імідж. Використання успішного іміджу минулих років не гарантує успіху в інших компаніях, адже потреби споживачів державних послуг змінюються, як і ситуація в країні в цілому.

## **2.2 Роль інформаційної культури як фактору формування позитивного іміджу державного службовця**

Обговорюючи концепцію інформаційної культури, яка часто викликає в голові ідею державного службовця, ми можемо розглянути два різні підходи, які виникли в дослідженнях на цю тему. Перший підхід розглядає

інформаційну культуру суто з технократичної точки зору, тоді як другий підхід розглядає більш соціологічну перспективу. У технократичному контексті інформаційна культура розуміється як найефективніші методи управління знаками, даними та інформацією та представлення їх особам, які шукають вирішення як теоретичних, так і практичних проблем. Це також передбачає розробку механізмів для вдосконалення технічних засобів, що використовуються для виробництва, зберігання та передачі інформації [3, с. 47]. Коли мова йде про інформаційну культуру державного службовця, то це означає, що людина повинна мати навички використання новітніх технологій у своїй роботі. Це включає можливість використовувати гаджети, комп'ютери та Інтернет для ефективного отримання, зберігання та передачі інформації. Але найголовнішим аспектом є вміння спілкуватися. Це означає вміти спілкуватися як вертикально, з начальством або особами вищого рангу, так і горизонтально, з колегами та однолітками. Важливо взаємодіяти з навколишнім середовищем і ефективно обмінюватися інформацією.

Прояв інформаційної культури державного службовця передусім проявляється через його інформаційну компетентність. Ця компетентність часто асоціюється з різними пов'язаними поняттями, такими як «комп'ютерна компетентність», «технологічна компетентність» та «інформаційно-технологічна компетентність». Щоб глибше дослідити зв'язок між цими поняттями, Н. Баловсяк, спираючись на позицію В. Дарлінгера, припускає, що комп'ютерна компетентність охоплює особливу форму освіти, яка означає рівень знань спеціаліста у використанні інформаційно-комунікаційних технологій. Ця експертиза охоплює теоретичні знання, практичні навички та здатність творчо мислити у застосуванні цих технологій [4].

Коли йдеться про державних службовців, їх інформаційна культура часто розглядається як зосереджена насамперед на навчанні та вмінні ефективно використовувати інформаційно-комунікаційні технології. Це

включає в себе навички роботи з сучасними комп'ютерами та програмним забезпеченням. Однак важливо розуміти, що робота з інформацією виходить за рамки простого використання новітніх технологій. Державні службовці також повинні вміти працювати з інформацією більш традиційними способами, наприклад, через папери чи телефонні розмови, а також у взаємодії віч-на-віч. Крім того, для сучасних державних службовців вкрай важливо мати глибоке розуміння та практичний досвід роботи з інформаційно-комунікаційними технологіями. Без цих теоретичних, практичних і творчих знань вони не можуть вважатися експертами у своїй галузі та не відповідатимуть сучасним вимогам своєї ролі.

Розуміння та визнання цієї нової реальності має важливе значення для сучасних державних службовців. Це дозволяє їм зрозуміти його суть і те, як вона проявляється в суспільстві. Це розуміння має вирішальне значення, оскільки воно перетворює державних службовців із простих компонентів державних відносин і представників професійних спільнот на осіб, які відіграють життєво важливу роль у посередництві між окремими особами чи соціальними групами та державою. Вони, перш за все, виконують роль посередників, яким доручено надавати якісні та доступні адміністративні послуги, управляти фінансами та ресурсами, наглядати за адміністративним персоналом та ефективно координувати інтереси держави та окремих осіб чи груп людей. У сучасному суспільстві вкрай важливо визнати значення інформаційної культури з соціологічної точки зору. Це особливо важливо, оскільки технологічний прогрес постійно формує нашу реальність і створює новий унікальний зміст. Справа не лише в тому, що щось є новим; ця нова реальність має онтологічний статус, тобто вона глибоко вкорінена в наше соціальне існування [5]. Державний службовець виконує свої обов'язки, беручи участь у мережі взаємопов'язаних відносин як особистість, яка не тільки володіє професійними навичками, але й виявляє особистісні якості. Ці особистісні якості охоплюють психологічні, соціальні та індивідуальні

характеристики, які є суттєвими у формуванні сприйняття державного службовця, оскільки існують у рамках окремої особистості.

Розуміння нових умов управлінської діяльності державних службовців потребує усвідомлення трансформацій, що відбулися в комунікаційному ландшафті суспільства. Науковці, які вивчають ці події, підкреслюють появу нового явища – медіареальності. Ця нова реальність стала автономним учасником соціальних взаємодій, насамперед у сфері спілкування.

Зрештою, представники медіафілософії приходять до висновку, що новітні технології та створена ними реальність не лише набувають незалежності, а й стають єдиною основою людського існування. Це має суттєві наслідки для формування інформаційної культури та ролі державних службовців, оскільки вимагає ближчого та глибшого вивчення реальності, в якій вони працюють як спеціалісти. Вони повинні знати про суспільні процеси, що відбуваються в умовах стрімкого розвитку інформаційних технологій. Перш за все, люди повинні усвідомлювати присутність медіа як всеосяжної реальності та володіти здатністю диференціювати себе в цій новій реальності. Важливо не стати простим продовженням цього комунікативного простору, що може призвести до втрати власної суб'єктності. Однак цей процес є складним через постійні зміни та дедалі агресивнішу природу гаджетів, комп'ютерів та інших електронних пристроїв, які складають нову медіа-реальність. Ці технології можуть бути руйнівними як для внутрішнього світу людини, так і для його фізичного стану. У медіа-просторі нерідко взаємодіяти з аватарами, копіями чи навіть фотографіями, а не зі справжніми людьми. Насправді південнокорейський телеканал NBN нещодавно представив цифровий хост, який має реальний прототип. Це є прикладом того, як межі між реальною та віртуальною взаємодією стають розмитими, що ще більше підкреслює потребу людей у навігації та розумінні цього медіа-ландшафту, що розвивається [9].



Розвиток цієї реальності призвів до негативних наслідків, які не слід забувати, одним із яких є фундаментальна зміна суб'єкта, який спочатку створив медіа-реальність через комунікацію. Важливо відзначити, що спочатку термін «медіа» використовувався в теорії масової комунікації. Однак у другій половині 20-го століття, з появою цифрових технологій, зокрема Інтернету, ЗМІ почали розглядати як вирішальний фактор у руханні соціальних трансформацій. Новітні технології та створена ними медійна реальність, як зазначає В. Савчук, стали не просто самостійними одиницями; вони стали єдиною умовою людського існування. Вони більше не є просто технічними посередниками, які передають інформацію, якої їм самим бракує. Натомість вони перетворилися на всеохоплююче та загадкове середовище, яке формує наш досвід і свідомість [10].

Отже, точка зору, висловлена Д. Браянтом і К. Томпсоном, в якій вони підкреслюють значну практичну цінність, пов'язану з медіадослідженнями, має значну заслугу. У світлі того факту, що нас часто називають «суверенними споживачами» в цю цифрову еру, для нас стає вкрай важливим володіти всебічним розумінням ключової ролі, яку медіа відіграють у формуванні нашого щоденного існування. Маючи належні знання про вплив медіа на наше життя, ми можемо переконатися, що наше споживання інформації буде не лише значущим, але й принесе плідні результати [11, с. 22]. В епоху домінування ЗМІ виникає унікальний аспект комунікації, який, на нашу думку, слід визнавати та розуміти в рамках комунікаційних обов'язків державного службовця, особливо тих, хто має високий рівень інформаційної грамотності. Вчені пропонують називати комунікатором особу, яка глибоко залучена у сферу всеохоплюючих ЗМІ.

Як зауважує В. Савчук, поняття комунікатора виникає внаслідок трансформації суб'єкта, де найбільш суттєвою характеристикою є відсутність суб'єктності. Комунікатор повністю занурюється в нове царство медіа, втрачає свою індивідуальність і існує виключно в цій зміненій реальності. У цьому процесі розчинення вони одночасно стають і жертвою,

і потужним інструментом спілкування [12]. У зв'язку з цим надзвичайно важливим є розгляд ролі інформаційної культури в контексті державних службовців, які відповідають за підтримання певного іміджу. Для цих осіб важливо не лише володіти цифровими навичками, необхідними для виконання своїх службових обов'язків, але й демонструвати високий рівень інформаційної культури. Це виходить за рамки технічних компетенцій і охоплює здатність брати участь у саморефлексії, розвивати унікальний внутрішній світ і ефективно передавати свої думки та ідеї. Завдяки незліченним можливостям, які надають нові технологічні пристрої, люди мають можливість представляти себе в різних формах, таких як аватари, зображення, значки та смайли на платформах соціальних мереж. При цьому їхня фізична присутність затьмарюється, що забезпечує певний рівень анонімності та самовираження.

Стосовно компетентностей В. Баловсяк висуває поняття інформаційної компетентності, яка охоплює всебічний розвиток умінь і знань особистості. Це включає їхню здатність визначати та з'ясовувати свої інформаційні потреби, ефективно шукати та отримувати інформацію та вміло використовувати її в різних форматах та на носіях. Це охоплює як традиційні друковані ресурси, так і електронні джерела. Крім того, він також включає в себе здатність орієнтуватися та працювати з комп'ютерним обладнанням і телекомунікаційними технологіями, ефективно використовуючи їх як у професійних починаннях, так і в повсякденних життєвих ситуаціях [4].

Крім того, він висуває конкретну структуру для інформаційної компетентності, ретельно розглядає та описує структуру та складові елементи кожної окремої частини, а також посилається на визначення цифрової компетентності, висунуте дослідниками зі Сполучених Штатів. У рамках нашого дослідження уявлення про те, що компетентність виходить за межі простої комп'ютерної та технологічної грамотності та охоплює такі необхідні аспекти, як етика, розбірливість суджень та ефективні комунікаційні здібності, має велике значення в цьому визначенні.

Для того, щоб державний службовець зберігав свою суб'єктивність і не ставав виключно комунікатором, для нього важливо віддавати перевагу використанню етичних принципів у своєму спілкуванні. Роблячи це, вони можуть мінімізувати ризик втрати своєї особистої точки зору. Це має вирішальне значення для формування позитивного іміджу державних службовців, оскільки не лише сприяє їх індивідуальній ідентичності, але й відображає загальну репутацію державної установи, яку вони представляють [4].

Крім того, ми вважаємо, що вирішальним аспектом формування сприятливого сприйняття державних службовців у сучасному суспільстві є здатність критично аналізувати процес спілкування. Це критичне сприйняття передбачає глибоке розуміння впливу медіа на реальність, у якій ми живемо. Воно передбачає розгляд себе як активного учасника цього комунікативного процесу, а не простого середнього комунікатора, якому бракує здібностей критичного мислення. Відсутність рефлексії над власним існуванням, осмислення навколишнього середовища, критичного мислення може призвести до формування негативного іміджу державного службовця. Крім того, навички ефективної комунікації виходять за межі навичок використання інформаційних технологій. Вони охоплюють здатність взаємодіяти з іншими на особистому рівні. Ці навички тісно переплітаються з усвідомленням себе як учасника комунікативного процесу. Державний службовець, який надає пріоритет особистому зростанню та самовдосконаленню, краще підготовлений для того, щоб досягти успіху у своїй ролі та сформувати позитивний суспільний імідж.

### **2.3 Роль адміністративної субкультури у формуванні інформаційної культури державних службовців**

На даному етапі суспільного розвитку, який характеризується суперечливими тенденціями в управлінській діяльності у глобалізаційному і кросскультурному аспектах, особливо відзначаються інноваційні вектори реформування державної служби як соціального інституту держави. Сучасне інформаційне суспільство» постає аксіологічною парадигмою динамічного перетворення соціальних структур і відносин, явищ і процесів та вимагає сутнісних трансформацій корпоративної «ідеології» державної служби та професійної свідомості чиновників. Вплив концепції інформаційного суспільства на динаміку суспільних трансформацій є системним завдяки суцільному інформаційному охопленню усіх сфер життєдіяльності людини (соціальної, професійної, інтелектуальної, побутової), динамічному розвитку інформаційних технологій і тотальному культу інформації.

Така інформаційна все загальність вимагає ґрунтовних наукових досліджень міждисциплінарного характеру, оскільки інформаційні виміри людської дії вивільняють різноманітні новоутворення у соціальній структурі суспільства, трансформуючи інформаційний простір його буття. Інформаційна культура як соціальне явище в інформаційному суспільстві творить морально-етичні засади інформаційної діяльності, формує її ціннісні та смислові значення і актуалізує суспільні потреби в освіті інформаційної доби, орієнтуючись на поступове підвищення рівня інформаційної освіченості, обізнаності і грамотності.

Професійна культура — складова загальної культури, яка покликана сприяти безперервному виконанню практичних завдань у рамках як загального, так і специфічного розподілу суспільної праці. Він служить проявом соціальних і професійних якостей, якими володіють люди, які займаються своєю професією.



Рисунок 2.1 Складові професійної культури

У сфері професійної діяльності нерідко люди мають різний ступінь володіння різними аспектами професійної культури. Хтось може бути висококваліфікованим у своїй галузі, але не мати моральних цінностей, тоді як інша людина може бути морально чесною, але лише середньою з точки зору своїх професійних здібностей. Обидва сценарії є згубними в контексті професійної діяльності, особливо коли йдеться про підготовку інформації для прийняття управлінських рішень у сфері державного управління. Публічне управління як унікальну форму соціального управління, що стосується різних сторін суспільного життя, державних інститутів і суспільства в цілому, по суті можна розглядати як форму інформаційного управління. У цій сфері рішення приймаються на основі наявності та аналізу документальних та інформаційних ресурсів. Крім того, важливим аспектом успішної взаємодії держави та суспільства є обов'язок органів державної влади надавати інформацію як громадянам, так і інституційним структурам суспільства. Основну роль у процесі демократизації суспільного життя відіграє інформаційна складова

державного управління. Проте існує фундаментальна суперечність між адміністративно-владним характером державного управління та необхідністю прозорості в інформаційному плані. Це протиріччя підкреслює важливість дослідження ролі інформаційної культури в діяльності органів державного управління.

Державна організація функціонує як ієрархічний політичний суб'єкт, який має широкий спектр повноважень у державних справах. Він офіційно використовує методи адміністративного управління та примусові заходи для забезпечення відповідності. Він також спирається на законні форми соціальної комунікації та взаємодіє з різними групами та окремими особами. Крім того, державна організація вживає свідомих заходів для регулювання колективних ресурсів суспільства. Вирішальну роль у навмисному та цілеспрямованому впливі держави в інформаційному середовищі відіграють політичні комунікації, які передбачають поширення повідомлень, пов'язаних із державним управлінням та здійсненням влади.

Досліджуючи інформаційну культуру в організації, дослідники виділяють різні види та їх вплив на діяльність організації [28]. До них відноситься функціональна інформаційна культура, яка передбачає використання інформації для управління та впливу на прийняття рішень. Існує також інформаційна культура взаємодії, яка спрямована на обмін інформацією для покращення процесів і підвищення ефективності. Крім того, існує інформаційна культура дослідження, де інформація використовується для передбачення майбутніх змін як у внутрішньому, так і зовнішньому середовищі. Нарешті, інформаційна культура відкритості наголошує на необхідності прозорості для того, щоб розуміти та ефективно реагувати на кризи та значні зміни.

Зараз ми дослідимо різні аспекти культури державної влади як найважливішої складової соціального управління:

1. Функціональна інформаційна культура тісно пов'язана з питанням інформаційної безпеки суспільства. Він керується принципом, згідно з яким жодна організація не повинна зазіхати на інтереси інших за допомогою

інформаційних тактик. Отже, функціональна інформаційна культура органів державного управління спрямована на забезпечення інформаційної безпеки всіх суб'єктів інформаційних відносин. Він також спрямований на формування мислення, яке підтримує сталий і прогресивний розвиток. Враховуючи різноманітні та суперечливі джерела інформації, з якими стикаються громадяни, існує постійний ризик потрапити під вплив маніпулятивних тактик. Щоб зменшити цей ризик, важливо сприяти розвитку інформаційної та аналітичної культури серед людей. Це допоможе створити соціальний імунітет проти маніпулятивних технологій. Крім того, інформаційно-комунікаційна діяльність органів влади може відіграти значну роль у досягненні цієї мети. Концепція функціональної інформаційної культури зосереджена навколо використання інформації для формування зовнішнього середовища. У сучасному політичному ландшафті України вкрай важливо зосередитися на розвитку основ політичного маркетингу та менеджменту. Це й актуалізація досліджень політичного ринку країни, організація виборчих кампаній, інформаційна підтримка. Крім того, необхідно зрозуміти конкретні стратегії формування політичного іміджу різних політичних суб'єктів.

1. Культура взаємодії, зосереджена навколо інформації, відіграє вирішальну роль у вдосконаленні процесів і підвищенні ефективності державного управління. Це передбачає обмін інформацією між органом державного управління та суспільством, сприяючи створенню середовища, у якому інформація надходить без перешкод. Це передбачає створення численних інформаційних каналів і складних систем зв'язку між керівним органом і громадськістю. Завдяки ефективному моніторингу інформації можна запобігти потенційним кризам у суспільстві, тим самим створивши середовище, сприятливе для сталого розвитку. Якісна оцінка інформації шляхом моніторингу та подальша публікація його результатів також впливає на інформаційний вибір індивідів та формує їхні інформаційні переваги.

2. Інформаційна культура дослідження. У сфері державного управління постають численні виклики, такі як необхідність запобігати конфліктам і

орієнтуватися в соціально-політичних ситуаціях, визначати найбільш оптимальний курс дій у нинішніх обставинах, оцінювати потенційні наслідки прийняття рішень, виявляти тенденції та закономірності у розвитку цих ситуацій і брати участь у стратегічному плануванні. Передбачення майбутніх результатів є незамінним елементом у системі державного управління, оскільки воно відіграє важливу роль у процесі прийняття рішень. За відсутності соціального прогнозування, соціальної експертизи та соціологічних досліджень державне управління в контексті громадянського суспільства не може ефективно працювати. Останнім часом увагу привертає феномен, відомий як «інформаційний фантом в управлінні» [40], який обертається навколо зростаючої значущості аналітиків і радників у державному управлінні. Ефективність рішень на державному рівні значною мірою залежить від якості підготовлених ними аналітичних документів. Такі документи, як інформаційно-аналітичні огляди та довідки, мають точно відображати реальну ситуацію, щоб рішення були ефективними. З іншого боку, сучасне розуміння ситуації формують інформаційно-аналітичні одиниці різних рівнів, що включають суб'єктивні елементи. Це розуміння має потенціал для розвитку та впливу на суспільні та державні процеси. Однак цей вплив може мати як позитивні, так і негативні наслідки. Крім того, на сприйняття можуть впливати повідомлення, які містять спотворену або невірну інформацію, а також навмисна дезінформація.

3. Інформаційна культура відкритості тісно пов'язана з налагодженням надійного механізму зворотного зв'язку та прозорістю інформації щодо діяльності органів влади. Це означає, що органи державної влади та управління мають бути прозорими у своїх діях та рішеннях, роблячи інформацію доступною для громадськості. Розвиваючи культуру відкритості, уряди можуть посилити підзвітність і довіру, а також сприяти ефективній комунікації між адміністрацією та людьми, яких вони обслуговують. Це включає в себе надання своєчасних оновлень, оприлюднення відповідних даних і активний пошук інформації від громадян. Зрештою, інформаційна культура відкритості сприяє



розвитку демократичних цінностей і гарантує, що влада залишається підзвітною своїм громадянам.

Влада на державному рівні зобов'язана забезпечити кожному громадянину можливість ознайомитися з офіційними документами, такими як нормативно-правові акти, які безпосередньо стосуються його прав і свобод. Вкрай важливо, щоб ця інформація була легкодоступною для всіх осіб і постійно надавалася з гарантією достовірності та повноти. Одним із першочергових завдань державного управління є створення середовища відкритої інформації. Це включає забезпечення прозорості у поширенні інформації особами, які займають владні посади в державі. Ця прозорість життєво необхідна для розвитку громадянського суспільства та для зміцнення довіри, взаєморозуміння та партнерства між суспільством і владою. Існуюча система розповсюдження офіційної інформації має свої недоліки, такі як низька ефективність та високі фінансові витрати, пов'язані з друком та доставкою матеріальних матеріалів. Проте ці недоліки можна подолати шляхом збору та зберігання інформації в електронному вигляді та забезпечення доступу до неї через офіційні веб-сайти органів державної влади всіх рівнів. Усі різні типи інформаційної культури в органах державного управління, такі як функціональна інформаційна культура, інформаційна культура взаємодії, інформаційна культура дослідження та інформаційна культура відкритості, взаємопов'язані системним чином. Ці види інформаційної культури також пов'язані з інформаційною культурою інших учасників інформаційного процесу, таких як працівники апарату державного управління, споживачі інформації та суспільство в цілому.

Розглядаючи поняття «культура», «професія», «предметно-трудова діяльність» і логічно їх поєднуючи, можна скласти уявлення про професійну культуру фахівця. В основі цього визначення лежить визнання культури могутньою соціально-духовною силою, що впливає на розвиток як суспільства, так і особистості. Важливо визнати його вплив на всі форми людської діяльності. Інформаційна культура органів державного управління відіграє

важливу роль в управлінні різними сторонами суспільного життя, державними установами та суспільством у цілому. Вона виступає в якості вирішального фактора підтримки динамічного стану і забезпечення нормального функціонування соціальної системи. Взаємовідносини між органами державного управління та суспільством мають бути пріоритетними у інформаційній безпеці, яка стосується захисту життєво важливих інтересів особи, суспільства та держави. Це передбачає мінімізацію неповної, несвоєчасної та недостовірної інформації, а також пом'якшення негативного впливу та наслідків інформаційних технологій. У кожній людській діяльності зв'язок з культурою є невід'ємною частиною. Досліджуючи взаємозв'язок «особистість — професійна культура — предмет праці», можна помітити, що професійна культура людини охоплює як властиві її особистості якості, так і якості, які виховуються в спеціалізованій діяльності. Ці два комплекси якостей взаємодіють один з одним, у результаті чого виникає феномен професійної культури, що являє собою синтез фізичних і духовних здібностей людини. Рівень досягнутих умінь і навичок, сформованість творчих настроїв відбивається на професійній діяльності людини. Отже, професійна культура охоплює комплекс світоглядних уявлень, спеціальних знань, якостей, умінь, умінь і ціннісних орієнтацій, які проявляються у професійній діяльності особистості. Це забезпечує вищий рівень кваліфікації та ефективності в обраній сфері.

Для фахівців у сфері інформаційного забезпечення державного управління інформаційна культура є основою професійного профілю. Його компоненти є невід'ємними частинами їхніх основних знань, умінь і навичок. У сфері соціальних та інформаційних комунікацій використання інформації значною мірою залежить від особистої та професійної культури інформаційного працівника. Також має значення рівень їхньої обізнаності щодо соціальної відповідальності та потенційних наслідків їхніх дій. Хоча технічні стандарти важливі, на зміст повідомлень і якість представлення даних в інформаційному середовищі значною мірою впливає інформаційна та загальна

культура суб'єктів інформаційної діяльності. Важливо відзначити, що покладатися виключно на технічні знання може призвести до зловживання інформацією в шкідливих цілях. Професійна культура фахівця інформаційного профілю формується накопиченням різноманітних технологій, теорій, методологій та історичних описів, пов'язаних з інформаційною діяльністю та управлінням. Ця професійна культура очевидна в тому, як професіонали збирають, отримують, обробляють і поширюють інформацію. Це також охоплює їх здатність визначати інформаційні потреби користувачів і ефективно керувати та організовувати інформаційну діяльність. Професійне спілкування є ще одним ключовим аспектом цієї культури, оскільки воно відіграє життєво важливу роль у процесах, пов'язаних з інформацією. Стрімка технологізація суспільства створює виклик, оскільки суперечить психофізіологічним особливостям індивідів та розвитку інформаційних ресурсів. Це також ще більше збільшує розрив між традиційною гуманітарною культурою та культурою технократичною.

Іншою важливою функцією, яку повинні виконувати фахівці в інформаційному суспільстві, є створення сприятливого культурного та інформаційного середовища для розвитку особистості та суспільства. Це передбачає вирішення різноманітних проблем, пов'язаних з індивідуальним розвитком і еволюцією суспільства в контексті інформаційного суспільства. Ці виклики включають розвиток інформаційної культури серед людей, задоволення інформаційних потреб суспільства, забезпечення інформаційної підтримки суспільного прогресу, сприяння цифровізації освіти, подолання мовних бар'єрів у глобальному інформаційному суспільстві та забезпечення як інформаційної свободи, так і безпеки для людей.

Крім того, спеціалісти мають активно сприяти вирішенню правових, соціальних та технологічних проблем, пов'язаних із свободою та безпекою інформації. Вони також повинні відігравати значну роль у формуванні та управлінні віртуальними суспільствами, а також в управлінні конфліктами в кіберпросторі.

Крім того, спеціалісти мають підтримувати створення та розширення навчальних закладів, таких як бібліотеки, інтернет-клуби, центри доступу до інформації, і брати активну участь в їх управлінні. Таким чином, фахівці в інформаційному суспільстві повинні виконувати різні функції, включаючи збереження культури, культурний розвиток, соціально-організаційне управління та соціально-педагогічну підтримку. Активно виконуючи ці функції, вони можуть ефективно долати соціальні та культурні виклики, пов'язані з епохою інформації, і сприяти загальному прогресу та добробуту суспільства.

Крім того, спеціалісти відповідають за сприяння формуванню інформаційної культури суспільства, підвищення готовності суспільства до ефективного використання інформаційних ресурсів, залучення всіх верств населення до навчання впродовж життя. Вони повинні надавати соціокультурну підтримку особам з особливими фізичними потребами, забезпечуючи їм доступ до глобальних інформаційних ресурсів через цифровізацію науки, освіти та культури. Крім того, вони повинні визначити стратегію навчання людей в інформаційному суспільстві в ширшому контексті соціокультурних викликів, що виникають внаслідок цифровізації.

Крім того, вони мають сприяти соціалізації та адаптації особистості до сучасного інформаційно-технологічного середовища.

Крім того, професіонали повинні взяти на себе відповідальність за створення надійної національної інформаційної інфраструктури. Це передбачає активну участь у створенні центрів зберігання та поширення інформації, а також інтеграцію національних інформаційних ресурсів у світовий інформаційний простір.

Крім того, вони повинні відігравати важливу роль у вихованні творчого розвитку людей різних вікових груп, включаючи дітей, молодь і дорослих. Цього можна досягти шляхом створення та підтримки електронних колекцій інформації, таких як електронні колекції художніх творів. Крім того, їх необхідно активно залучати до організації дозвілля населення шляхом

реалізації ІТ-проектів у сфері культури, освіти та соціальної сфери, створення комп'ютерних клубів та центрів доступу до інформації. У сучасну епоху інформаційного суспільства експерти в різних галузях стикаються з рядом соціальних і культурних викликів, які вимагають виконання кількох важливих функцій. Ці функції включають збереження, вивчення, реставрацію та використання культурної спадщини для задоволення мінливих духовних потреб та інтересів різноманітних груп населення. Крім того, фахівці повинні прагнути захищати національну ідентичність у все більш глобалізованому інформаційному суспільстві.

Інформаційні фахівці несуть відповідальність за підтримку «екології інформаційного середовища», що передбачає забезпечення високоякісної взаємодії між окремими людьми в рамках соціальних комунікацій і сприяння належному використанню інформаційного середовища. Їм також необхідно вивчати та вирішувати проблеми виникнення та поширення «інформаційного забруднення», яке стосується ненавмисного або навмисного спотворення реальності (дезінформації), застарілої інформації, неперевіраних даних та повідомлень, які не мають практичної цінності. Для інформаційних працівників вкрай важливо вміти виявляти та усувати ці проблеми.

Структура інформаційної культури особистості в галузі спеціалізації повинна охоплювати різні компоненти, такі як ефективне спілкування, використання словникового запасу, доступ до актуальної інформації, знайомство з правовими нормами, вдячність за книги, розуміння наукових досліджень та інтелектуальної праці, володіння використання нових інформаційних технологій, серед іншого. Зростаюча інноваційність процесів, пов'язаних із впровадженням інформаційних технологій на підприємствах та в організаціях, суттєво впливає на соціальне та комунікативне середовище в цих суб'єктах. Це призводить до більш складних структур діяльності та потребує більшого рівня індивідуальної творчої участі всіх членів команди. У межах підприємства колектив є багатогранною сутністю, коли йдеться про поширення інформації.

Інформаційні аспекти тісно переплітаються з соціальними та психологічними елементами, вимагаючи від людей володіння навичками міжособистісного спілкування, розуміння протоколів спілкування та здатності формувати малі групи та колективи. У процесі виконання завдань, пов'язаних з інформацією, вкрай важливо диференціювати команду, дозволяючи членам зі схожими постійними потребами в інформації формувати групи. Це сприяє інтеграції колективу як активного суб'єкта у впровадженні нових інформаційних технологій і систем.

Професійна комунікація в управлінні інформаційними потоками в організаціях, які використовують комп'ютерні інформаційні системи, залежить від різноманітних факторів, що варіюються за рівнем їх спільності та інтенсивності. Ці фактори включають організацію соціальних і міжособистісних стосунків, підтримку позитивного психологічного клімату для спілкування, стратегії управління персоналом, спрямовані на заохочення впровадження комп'ютерних технологій, тощо. У сукупності ці фактори характеризують соціальне та комунікативне середовище, в якому працюють фахівці з інформації.

Фахівець з управління інформаційною діяльністю повинен володіти необхідними особистісними та професійними якостями, щоб ефективно орієнтуватися в різних факторах, що впливають на цей процес. Їх роль в організації інформаційної підтримки полягає в забезпеченні того, щоб інформаційне середовище було сприятливим для сприяння творчості та продуктивності. Однак поняття «комфорт» у цьому контексті є суб'єктивним, оскільки різні користувачі мають різні очікування та переваги щодо того, що є комфортним і задовільним досвідом, який відповідає їхнім інформаційним вимогам.

Дослідники виявили два протилежних погляди на комфорт користувача. Перша перспектива пов'язана з наданням інформації, де конкретні потреби користувача детально та точно описані, що створює відчуття комфорту. Цей комфорт впливає з впевненості користувача в отриманні вичерпної та

достовірної інформації, усуваючи необхідність вкладати час і зусилля в пошук додаткових матеріалів або фільтрацію нерелевантної інформації. З іншого боку, другий ракурс підкреслює комфорт користувача в можливості самостійного пошуку необхідних даних і повідомлень. Цей комфорт виникає завдяки доступу користувача до широкого спектру потенційних інформаційних ресурсів, що дозволяє йому здійснювати особистий вибір і знаходити відповідну інформацію відповідно до своїх уподобань.

Більшість користувачів зазвичай починають користуватися перевагами доступу до інформації безпосередньо зі свого робочого місця, коли вони можуть розраховувати на ефективне отримання справді необхідної інформації за допомогою зручного інтерфейсу та простих інструкцій щодо використання. Це закладає основу для подолання будь-яких упереджень проти інновацій у робочому процесі та психологічних бар'єрів. У деяких випадках компанія тисне на працівників, щоб вони використовували інформаційні системи, що призводить до так званих «вимушених користувачів». Однак це також може створити можливості для користувачів, які раніше скептично ставилися до інформаційних систем, реалізувати їхній потенціал. У зв'язку з цим одним із обов'язків фахівця з інформаційного забезпечення є надання систематичної та консультативної допомоги користувачам інформації.

Поява комп'ютерів і телекомунікацій спричинила нове соціальне явище – появу груп осіб, які відносно добре володіють сучасним апаратним і програмним забезпеченням. Ці особи з різних причин служать неофіційними консультантами в сфері нових технологій. Це можуть бути професіонали, які використовують інструменти комп'ютеризації в різних галузях промисловості, особи, які мають досвід роботи з комп'ютерними технологіями, або персонал, залучений до надання комп'ютерних послуг. Крім того, ці неформальні консультанти можуть включати осіб, які використовують комп'ютерні технології як засіб для допомоги у своїй професійній діяльності або просто для розваги чи як хобі. У командних умовах проблема балансу та значущості між структурованим (називається «формальним») спілкуванням і неструктурованим

(називається «неформальним») спілкуванням часто виникає як проблема інформаційної підтримки. Ефективність будь-якої системи інформаційного забезпечення залежить не тільки від ефективності збору, пошуку та надання інформації, а й від того, наскільки ефективно використовується отримана інформація. Крім того, спосіб і засоби, за допомогою яких інформація поширюється серед конкретних користувачів, є вирішальними, оскільки часто важлива інформація передається через неофіційні канали, минаючи офіційні організаційні канали. Проведені соціальними психологами дослідження комунікативних процесів показали, що різні соціальні групи демонструють певну спеціалізацію комунікативних функцій. Ця спеціалізація є проявом відомого неформального розподілу ролей у соціальних групах і колективах. У цих групах, окрім виконання офіційно покладених обов'язків, майже кожен член також виконує інші функції, визначені неофіційним розкладом групи та внутрішньою динамікою.

Професійні субкультури служать засобом передачі та обміну опосередкованим досвідом індивіда, який, у свою чергу, формує його професійну свідомість. Ці субкультури відіграють вирішальну роль у розвитку інформаційної культури, сприяючи соціалізації та адаптації до інформаційного простору, що постійно розвивається. Адміністративна субкультура у сфері державної служби є яскравим прикладом сучасної професійної субкультури, що впливає на інноваційні адміністративні практики в рамках всебічної корпоративної культури державного управління. Ця субкультура вносить нові цінності, смисли та норми, що визначають професійну діяльність чиновників у контексті «державного управління». Підвищення якості адміністративної роботи залежить від встановлення ефективних зв'язків з громадськістю, залучення громадян до потенціалу передових інформаційних технологій та підвищення обізнаності про виклики та ризики, пов'язані з необмеженим доступом до інформації в глобальній мережі Інтернет. У міру переходу України в інформаційне суспільство трансформується й сама адміністративна субкультура, породжуючи нові структурні компоненти в ієрархії чиновників.



Актуальним завданням диференціації субкультурних цінностей є визначення чітких статусів і ролей державних службовців, починаючи від новачків і закінчуючи спеціалістами з інформаційних технологій та розробниками ІКТ для технічних посад у державній службі. Сучасна адміністративна субкультура, що характеризується динамічністю та мобільністю, має значний вплив на якісні аспекти управлінської праці та є мішенню для стратегій соціальної інженерії у сфері інформаційних державно-службових відносин.

У контексті соціоінженерії суттєві трансформації адміністративної субкультури відбуваються під впливом різних факторів. До них відносяться практичне застосування наукових знань в інформаційній освіті у сфері управлінської діяльності, а також впровадження інноваційних елементів у державну службу. Таке розширення професійних вимог вимагає більшого акценту на інформаційні компетенції сучасних державних службовців. Як наслідок, адміністративна субкультура відіграє вирішальну роль у формуванні корпоративної культури державного управління, зокрема щодо використання інформації. Це конкретна соціальна технологія, спрямована на впровадження інноваційних практик у системі державної служби, зокрема на регіональному та місцевому рівнях. Це у відповідь на розвиток інформаційного суспільства як у світовому масштабі, так і в Україні.

## **РОЗДІЛ 3 ШЛЯХИ УДОСКОНАЛЕННЯ МЕХАНІЗМУ ФОРМУВАННЯ ІНФОРМАЦІЙНОЇ КУЛЬТУРИ ДЕРЖАВНИХ СЛУЖБОВЦІВ НА ПРИКЛАДІ ДЕПАРТАМЕНТУ З ПИТАНЬ СОЦІАЛЬНОЇ ПОЛІТИКИ, ВETERANІВ ТА РЕІНТЕГРАЦІЇ СУМСЬКОЇ ОДА**

### **3.1 Аналіз поточного стану інформаційної культури працівників Департаменту з питань соціальної політики, ветеранів та реінтеграції Сумської ОДА**

Для аналізу поточного стану інформаційної культури працівників Департаменту з питань соціальної політики, ветеранів та реінтеграції Сумської ОДА потрібно провести оцінювання окремих аспектів інформаційної культури.

Цікаво, що численні сучасні публікації, де обговорюється визначення основних навчальних навичок, як правило, ігнорують важливість набуття сучасних інформаційних навичок. Проте вкрай важливо підкреслити важливість розвитку таких навичок, оскільки вони є невід'ємною частиною успіху державних службовців. Ці навички можна класифікувати за чотирма основними типами: навички спілкування, навички роботи з комп'ютером, знання інформаційних технологій і здатність брати участь у безперервному навчанні. Компетентність — це багатогранний і складний атрибут, яким володіють люди, що охоплює широкий спектр знань, умінь, навичок, ставлень і досвіду. Разом ці елементи дозволяють людям ефективно виконувати завдання та виконувати певні функції, забезпечуючи успішне вирішення проблем і досягнення бажаних стандартів у межах обраної ними професії чи сфери діяльності. У сфері інформаційних технологій також існують різні навички, пов'язані з обробкою інформації та використанням технологічних інструментів. Ці навички охоплюють різні аспекти, у тому числі фундаментальні навички, такі як робота з клавіатурою, мишею, принтером, сканером, а також виконання операцій з файлами та дисками. Крім того, люди повинні володіти досвідом використання стандартного програмного забезпечення для таких завдань, як обробка тексту,

маніпулювання формулами, створення таблиць, побудова діаграм, а також розробка баз даних і сховищ знань. Крім того, важливе володіння мережевими програмами, такими як електронна пошта, Skype, перегляд Інтернету та веб-інструменти, є важливим.

Володіння досконалими навичками роботи з інформацією передбачає знання різних джерел інформації, розуміння критеріїв її оцінки, використання різних методів для пошуку інформації, застосування методів маніпулювання нею та здатність її ефективно подавати. Однак важливо зазначити, що не всі вчені згодні з таким розподілом інформаційних навичок. Деякі вчені стверджують, що така точка зору сприяє неправильному уявленню про те, що комп'ютери є єдиним засобом доступу та обробки інформації, що, на їхню думку, є небезпечним міфом. Вони наголошують, що інформація не обмежується тим, що може зберігатися й оброблятися лише комп'ютерами. Тим не менш, незаперечним є те, що інформаційні технології відіграють вирішальну роль у сучасній практиці обробки інформації [4]

Ще одним ефективним педагогічним підходом є репетиторство, яке черпає натхнення з середньовічної традиції суперечок і дебатів. У цій моделі тьютор виступає одночасно і лідером, і вчителем, спрямовуючи учнів на розвиток здібностей логічного мислення та розуміння навчального матеріалу. В Україні репетиторство стало тісно пов'язаним із дистанційним навчанням, що підкреслює його актуальність та ефективність у сучасному освітньому середовищі. Підсумовуючи, слід сказати, що прогрес у сфері інформаційних та освітніх технологій навчання відкрив цілий світ можливостей щодо доступу та використання знань. Щоб повністю використати цей потенціал, важливо, щоб ми використовували сучасні педагогічні технології, такі як інтерактивні технології, репетиторство та коучинг, щоб надати студентам необхідну підтримку та керівництво на їхньому освітньому шляху. Крім того, коучинг набув значного визнання та популярності з кінця 1990-х років. Цей підхід вважається технологією, яка сприяє співпраці та динамічному спілкуванню всередині команди з метою досягнення конкретних цілей. Завдяки коучингу

учасники спрямовуються до балансу співпраці та індивідуального зростання, що в кінцевому підсумку призводить до більшого успіху в їхніх починаннях. Щоб максимально ефективно використовувати цю велику кількість інформації, необхідно розробити технологічні рішення для навчання, які зможуть забезпечити кожному студенту необхідну педагогічну підтримку. Впроваджуючи сучасні педагогічні технології, які підкреслюють суб'єкт-суб'єктну взаємодію, ми можемо покращити навчальний досвід для учнів. Інтерактивні технології, наприклад, сприяють діалоговій взаємодії та залученню, створюючи більш динамічний та персоналізований досвід навчання. У сучасному суспільстві розвиток інформаційних та освітніх технологій навчання революціонізував нашу здатність отримувати доступ до локальних і глобальних інформаційних ресурсів. Завдяки локальним і глобальним інформаційним системам зберігання і пошук інформації стало неймовірно зручним і доступним з будь-якого місця, в будь-який час дня і ночі. Як наслідок, знання та навички, необхідні для навігації в цих системах, більше не обмежуються вибраною групою спеціалістів, а є важливими для кожного, хто прагне отримати знання в системах вищої освіти України та багатьох інших розвинених країн [8]. Для того, щоб сприяти ефективній співпраці у вищій освіті та професійному середовищі, важливо мати сильні навички спілкування. Це включає в себе здатність встановлювати довіру, розуміти та цінувати погляди інших, виявляти емпатію, чітко формулювати ідеї та надихати на самомотивацію. У зв'язку з цим науковці зробили значний акцент на розвитку тренерських навичок, зокрема комунікативного аспекту. Враховуючи комплексний характер моніторингу, необхідно визначити основні критерії та встановити для кожного набір оптимальних показників. Такий підхід забезпечує комплексне оцінювання рівня інформаційної культури, збереження цілісності та комплексності процесу оцінювання якості. Якість навчального процесу визначається певними критеріями, які допомагають оцінити рівень підготовки майбутніх спеціалістів. Крім того, якість умов і загальний процес відіграють вирішальну роль у координації зусиль усіх зацікавлених сторін для досягнення

бажаних результатів. Враховуючи те, що професійні компетенції вважаються першочерговим завданням підготовки майбутніх спеціалістів, якість результатів можна оцінити, спираючись на комплексне тлумачення цього визначення. Він служить показником професійних і особистісних якостей осіб, які навчаються. Отже, буде встановлено набір критеріїв оцінки професійних та особистісних якостей майбутніх спеціалістів, що забезпечить цілісну оцінку їхніх здібностей.

Крім того, відбувся революційний прогрес у методах зв'язку, які ґрунтуються на оцифровці інформації. Це передбачає перетворення даних в електронний формат, що забезпечує швидкий і розширений доступ. Наприклад, інноваційні комунікаційні методи включають розробку систем голосового запису інформації. Ці системи можуть розпізнавати шаблони мовлення, визначати мову, якою розмовляють, передбачати знаки пунктуації тощо. Така система сприяє швидкому збору інформації, оскільки голосова інформація може бути згенерована швидше, ніж письмовий текст. Крім того, ця система має можливість зберігати як оригінальну версію тексту для перевірки автентичності, так і граматично відредаговану версію. Однією з головних переваг використання електронних систем управління документами є здатність ефективно організовувати завдання, пов'язані з документами. Проводячи всю роботу з документами в електронному вигляді, шанси випадкової втрати оригіналу документа зводяться до мінімуму. Крім того, цей підхід значно скорочує час, необхідний для обробки документів, дозволяючи пришвидшити час відповіді осіб, відповідальних за виконання завдань. Крім того, ця система дозволяє кільком особам одночасно працювати над одним документом, забезпечуючи ефективну співпрацю. Широке впровадження інформаційно-телекомунікаційних технологій (ІТТ) створило численні можливості для розвитку економіки, політики, держави, суспільства та її громадян. Як результат, впровадження електронного документообігу та його використання державними службовцями стало вирішальною складовою підвищення рівня інформаційної культури державної служби. Таким чином, широке впровадження ІТТ революціонізувало різні аспекти суспільства. Запровадження

електронного документообігу та використання державними службовцями систем електронного документообігу виявилися незамінними для підвищення ефективності та результативності державної служби. Крім того, розвиток інноваційних методів зв'язку, таких як системи розпізнавання голосу, ще більше прискорив доступність та обробку інформації. Ці досягнення продовжують формувати спосіб взаємодії з даними та керування ними, сприяючи загальному розвитку нашого суспільства.

При організації електронного документообігу в органі державної влади вкрай важливо дотримуватись Законів України, а саме «Про електронні документи та електронний документообіг», «Про електронний цифровий підпис», «Про інформацію, разом із галузевими стандартами. Для забезпечення узгодженості вхідні, внутрішні та вихідні електронні документи мають реєструватися в одній системі разом із відповідними фізичними копіями. Процес реєстрації вхідних електронних документів має відбуватися за тим же протоколом, що й паперових документів. Що стосується вихідних та внутрішньоорганізаційних електронних документів у закладах освіти, то вони мають бути зареєстровані в день накладання ЕЦП. Якщо документ підписує одна особа, достатньо її цифрового підпису; однак, якщо він підписаний двома чи більше посадовими особами, потрібен останній цифровий підпис. Секретар або діловод навчального закладу зобов'язаний відправити електронний документ адресату в перший робочий день після його надходження від виконавця або автора [**Помилка! Джерело посилання не знайдено.**].

Ще однією важливою особливістю систем електронного документообігу є створення централізованого архіву. Цей архів слугує безпечним і легкодоступним рішенням для зберігання всіх цифрових документів, гарантуючи, що важлива інформація завжди доступна, коли це необхідно. Централізувавши зберігання документів, організації можуть значно підвищити ефективність і зменшити ризик втрати або втрати документів. Однією з ключових переваг впровадження системи електронного документообігу є можливість оптимізувати процеси звірки документів. Це передбачає

забезпечення того, щоб усі відповідні сторони мали доступ до найновішої версії документа, що усуває потребу в оновленні вручну та зменшує ризик помилок або неправильного спілкування. Крім того, ці системи забезпечують комплексні можливості моніторингу, дозволяючи користувачам відстежувати хід і стан виконання документів у режимі реального часу. Крім того, навчальні заклади можуть вибрати готові платформи, які пропонують готові рішення для керування електронними документами. Ці платформи часто мають низку функцій і функцій, які можна легко адаптувати відповідно до потреб установи. Хоча цей варіант може не забезпечити такий самий рівень налаштування, як створення спеціального програмного продукту, він може запропонувати швидше та економічно ефективніше рішення для впровадження системи керування електронними документами. Коли мова заходить про впровадження системи електронного документообігу в освітньому закладі, слід враховувати дві основні стратегії. Перший варіант полягає в розробці спеціального програмного продукту, спеціально адаптованого до унікальних потреб і вимог установи. Цей підхід забезпечує максимальну гнучкість і налаштування, забезпечуючи ідеальне узгодження системи з робочим процесом і процесами установи. Підсумовуючи, системи електронного документообігу забезпечують численні переваги для організацій, включаючи оцифрування паперових документів, ефективні процеси імпорту й експорту, розширені можливості пошуку, безперервну маршрутизацію документів, спрощені процеси звірки, моніторинг у режимі реального часу та централізований архів документів. Навчальні заклади можуть вибирати між розробкою індивідуального програмного продукту або використанням готових платформ під час впровадження системи електронного документообігу залежно від своїх конкретних потреб і ресурсів. Системи електронного документообігу пропонують цілий ряд цінних функцій і переваг для організацій. Ці системи в основному зосереджені на перетворенні паперових документів у цифровий формат, що забезпечує ефективні процеси імпорту та експорту. Крім того, ці системи дозволяють користувачам легко знаходити певні документи, шукаючи

реквізити або використовуючи ключові слова кібербезпеки. Крім того, системи електронного документообігу сприяють безперебійній маршрутизації документів, забезпечуючи ефективну та безпечну доставку файлів відповідним одержувачам [**Помилка! Джерело посилання не знайдено.**].

Візуальний формат електронного документа повинен відповідати тим самим правилам і вказівкам щодо композиції та розташування, що й традиційний паперовий документ. Під час підписання чи затвердження електронного документа посадові особи використовують електронні цифрові підписи, які накладаються на документ. Під час цього процесу електронний документ розроблено таким чином, щоб містити дату та унікальний реєстраційний номер після додавання остаточного електронного цифрового підпису. Це гарантує належну реєстрацію та автентифікацію документа [**Помилка! Джерело посилання не знайдено.**; с. 103].

Таким чином, системи електронного документообігу є аналогічною системі паперового документообігу, проте вона є більш зручною у використанні завдяки можливостям копіювання, зберігання, розповсюдження та редагування документів. Проте така система дозволяє масштабування, тобто може бути розширена за рахунок додавання різноманітних документів (робочих планів, відеуроків тощо), а також можливості швидкого пошуку по базі даних, формуванні звітів та обміні інформацією у стислі терміни.

Для оцінки інформаційної та безпекової грамотності державних службовців нами було проведено SWOT-аналіз на основі опитування, проведеного в січні 2023 року серед працівників Департаменту з питань соціальної політики, ветеранів та реінтеграції Сумської ОДА.

Результати опитування показали, що населення України в середньому володіє не надто високим рівнем знань в сфері інформаційної безпеки, не використовує засоби захисту від втрат інформації тощо.

Таким чином, можна виділити три сегменти респондентів, що користуються інформаційними послугами чи іншим чином отримують доступ до інформаційного простору чи окремих його елементів (табл. 3.1). Природно,



що при цьому частина респондентів, яка обрала негативну відповідь, не береться до уваги.

Отже, I сегмент – це впевнені користувачі інформаційних ресурсів, які розуміють, як працює інформаційна сфера і як забезпечити безпеку інформаційного обміну та розпізнати недостовірні чи шкідливі інформаційні джерела.

II сегмент – це активні користувачі інформаційних ресурсів, які покладають безпеку користування на сторонніх осіб чи взагалі не приділяють їй увагу. Вони мають опосередковане уявлення про небезпеки в інформаційному просторі і можуть бути легкою здобиччю Інтернет-зловмисників.

Сегмент III – це люди, які мало використовують інформаційні ресурси і не мають уявлення про правила користування та інформаційну безпеку. Небезпека для них є нижчою, бо вони майже не відвідують незахищені ресурси і використовують переважно месенджери та ігрові застосунки. Детальна характеристика отриманих сегментів зображена в табл. 3.1.

За даними табл. 3.1 можна зробити висновок, що найбільшим є сегмент II, що вказує на те, що більшість респондентів цікавляться інформаційними ресурсами та, за можливістю, долучаються до різних інформаційних заходів, що пов'язані з цим, хоча далеко не завжди дотримуються правил безпечного користування. Природно, що це люди переважно молодого та середнього віку з вищою освітою.

З точки зору професійного розподілу, важливо підкреслити, що респонденти, які працюють у сферах цифровізації, послуг, банківської справи (становить 23,5% сегменту), а також фіскальної та комерційної діяльності (складає 19%), мають найвищий рівень інтерес до інформаційних ресурсів. Крім того, помітна наявність потенційних та існуючих споживачів інформаційного продукту серед державних службовців, які працюють у сфері освіти та науки.

## Сегментування респондентів за демографічними характеристиками

Характеристика	Сегмент I,%	Сегмент II,%	Сегмент III,%	Всього, осіб.
Всього в сегменті	14,36	47,23	38,41	150
Стать:				
Чоловіча	13,86	46,90	39,23	88
Жіноча	15,06	47,70	37,24	62
Вік:				
• Від 18 до 25 років	11,52	47,27	41,21	42
• Від 26 до 35 років	14,67	49,33	36,00	38
• Від 36 до 45 років	13,51	44,59	41,89	37
• Від 46 до 55 років	19,13	47,83	33,04	29
• Вище 55 років	1,02	2,05	1,78	4
Освіта				
• Початкова школа	16,67	41,67	41,67	6
• Середня школа	12,12	45,45	42,42	9
• Не закінчена вища	12,70	47,62	39,68	49
• Вища	15,36	47,59	37,05	86

Сегмент III характеризується як досить великий, що свідчить про наявність значної кількості потенційних користувачів в інформаційному просторі. Ці особи, за умови достатнього рівня обізнаності, мають можливість більш активно брати участь у використанні інформаційних ресурсів. Основу цього сегменту становлять особи різних вікових груп, переважно з вищою або неповною вищою освітою.

SWOT-аналіз є цінним інструментом, який дозволяє аналітикам ретельно вивчити основні проблеми, з якими стикається конкретна система, у чотирьох різних областях. Його широко вважають доступним інструментом стратегічної оцінки ефективності інформаційного простору. Створюючи комплексну матрицю, люди отримують структуровану платформу для прийняття обґрунтованих рішень. Під час цього процесу ретельно перевіряються зовнішні джерела інформації та ретельно досліджуються фактори, що впливають на

систему. Однак варто зазначити, що традиційні методи аналізу цих факторів впливу часто страждають суб'єктивним підходом і нездатністю точно оцінити якісні фактори як внутрішнього, так і зовнішнього середовища.

Після аналізу на другому етапі приймається важливе рішення щодо цілей підвищення ефективності інформаційного простору та можливості досягнення цих цілей. Це рішення є основою для формування стратегії інтеграції, яку можна охарактеризувати як комплексний план дій, покликаний досягти бажаних результатів у сфері взаємодії з європейським інформаційним простором з урахуванням впливу зовнішніх факторів. Враховуючи наявність конкурентоспроможних продуктів, здатність ефективно розподіляти ресурси, підтримувати прийнятний рівень ризику та забезпечувати загальну стабільність діяльності, експерти мають змогу розробляти рекомендації щодо вдосконалення інформаційного простору та його функціональних атрибутів.

Для визначення можливостей та загроз скористаємось PEST-аналізом (Табл. 3.2)

Таблиця 3.2

Матриця PEST-аналізу

Фактори	Можливості	Загрози
Політичні	Стабільність уряду, державне регулювання конкуренції в інформаційному секторі, антимонопольне законодавство.	Податкова політика держави щодо інформаційного сектору, зміни в законодавстві щодо функціонування ЗМІ, бюрократизація та рівень корупції.
Економічні	Зміни економічної політики, економічна стабільність у країні.	Високий рівень інфляції, високий рівень безробіття, зміна доходів населення, що впливають на попит на певні інформаційні ресурси.
Соціальні	Активність користувачів, ріст матеріального добробуту, покращення демографічної ситуації, соціальна мобільність, вимоги до якості інформаційних продуктів та рівня сервісу.	Неосвіченість населення щодо інформаційних послуг, негативний вплив ЗМІ, релігійні чинники, швидкі зміни потреб населення.
Технологічні	Розвиток технологій, активне використання інноваційного потенціалу.	Великі витрати на впровадження інноваційних технологій, низький рівень інформаційної безпеки

Для оцінки впливу зовнішніх факторів скористаємось методом експертних оцінок та розглянемо всі зазначені в табл. 3.2 фактори.

Таблиця 3.3

Аналіз впливу зовнішніх факторів на функціонування інформаційного сектору

Зовнішній фактор	Вагомість	Експертна оцінка	Зважена оцінка
1	2	3	4
<b>ЗАГРОЗИ</b>			
Податкова політика держави щодо інформаційного сектору	0,02	4	0,08
Зміни в законодавстві щодо інформаційних послуг	0,15	3	0,45
Бюрократизація та рівень корупції	0,11	3	0,33
Високий рівень інфляції	0,04	4	0,16
Високий рівень безробіття	0,05	2	0,1
Зміна доходів населення	0,22	4	0,88
Курси валют	0,12	5	0,6
Неосвіченість населення щодо інформаційних послуг	0,03	3	0,09
Негативний вплив ЗМІ	0,04	4	0,16
Релігійні чинники	0,09	4	0,36
Швидкі зміни потреб населення	0,03	4	0,12
Великі витрати на впровадження інноваційних технологій	0,06	3	0,18
Низький рівень інформаційної безпеки	0,04	3	0,12
<i>Разом</i>	1		3,63
<b>МОЖЛИВОСТІ</b>			
Стабільність уряду	0,08	4	0,32
Державне регулювання конкуренції в інформаційному секторі	0,2	3	0,6
Антимонопольне законодавство	0,01	3	0,03
Зміни економічної політики	0,12	4	0,48
Економічна стабільність у країні	0,22	5	1,1
Активність користувачів	0,03	4	0,12
Ріст матеріального добробуту	0,05	3	0,15
Покращення демографічної ситуації	0,09	3	0,27
Соціальна мобільність	0,02	2	0,04
Вимоги до якості інформаційних продуктів та рівня сервісу	0,11	3	0,33
Розвиток технологій	0,03	4	0,12
Активне використання інноваційного потенціалу	0,04	4	0,16
<i>Разом</i>	1		3,72

Важливим моментом для банку є врахування сильних і слабких сторін, можливостей і загроз (SWOT-аналіз), які впливають із реалій сьогодення (рис. 3.1).

<p><i>Сильні сторони в функціонуванні інформаційного сектору:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– репутація офіційних ресурсів;</li> <li>– лідерство в інформуванні;</li> <li>– лідерство в наданні доступу до сервісів;</li> <li>– достатньо диверсифікована аудиторія;</li> <li>– досить висока якість послуг;</li> <li>– стабільність;</li> <li>– використання сучасних каналів і технологій;</li> <li>– значний рівень надходжень фінансових ресурсів</li> <li>- велика кількість інформаційних ресурсів</li> <li>- гарантія повного збереження інформації та персональних даних</li> <li>- можливість надання додаткових послуг.</li> </ul>	<p><i>Слабкі сторони в функціонуванні інформаційного сектору:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– недостатній рівень використання безпекових технологій;</li> <li>– залежність від системних ресурсів;</li> <li>– відсутність системи стандартизації Інформаційних продуктів, послуг та єдиних стандартів безпеки;</li> <li>– недосконалість системи запобігання шахрайству;</li> <li>– відсутність комплексної системи управління ризиками;</li> <li>– нерівномірність присутності інформаційних ресурсів в галузях економіки;</li> <li>– недосконалість системи оперативного управління;</li> <li>- недостатньо швидка робота з споживачами послуг;</li> <li>- недосконала система інформаційної гігієни;</li> <li>- надмірний обсяг вразливостей</li> </ul>
<p><i>Наявні можливості функціонуванні інформаційного сектору:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– завоювання домінуючих позицій українських інфоресурсів в світовому інформаційному просторі;</li> <li>– збереження лідируючих позицій в Наданні інформаційних послуг населенню;</li> <li>– збільшення частки обслуговування юридичних осіб;</li> <li>– збільшення частки в світовому та європейському інформаційного просторі шляхом створення конкурентоспроможних інформаційних продуктів</li> <li>- розширення асортименту інформаційних послуг</li> </ul>	<p><i>Наявні загрози функціонуванні інформаційного сектору:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– невизначеність політико-економічної ситуації в країні;</li> <li>– можливість непрогнозованого потоку інформаційних повідомлень;</li> <li>– зростання конкуренції в інформаційній сфері;</li> <li>– можливість переходу висококваліфікованих фахівців до закордонних конкурентів;</li> <li>– ризикованість шахрайських дій;</li> <li>- різка зміна інформаційної політики;</li> <li>- велика кількість конкурентів з подібними послугами;</li> <li>- загроза хакерських атак;</li> </ul>

## Рисунок. 3.1. Агреговані чинники для SWOT-аналізу

Дослідивши чинники впливу, оберемо з них найвагоміші і побудуємо матрицю SWOT (Рис. 3.2.)

	<i>Можливості</i>	<i>Загрози</i>
<i>Сильні сторони</i>	Велика кількість інформаційних ресурсів дасть змогу розширити асортимент інформаційних сервісів За рахунок репутації надійного джерела існує можливість розширення спектру інформаційних послуг для окремих сегментів населення	За можливості надання фахових консультацій зменшиться ризик несанкціонованого доступу Репутація надійного ресурсу дасть змогу збільшити конкурентоспроможність порівняно з іншими конкурентами, що надають подібні послуги Гарантія повного збереження інформації та персональних даних, підвищення відповідальності за її порушення зменшить вплив дестабілізуючих факторів, таких як бажання розкрити інформацію третім особам
<i>Слабкі сторони</i>	Покращення якості та асортименту сервісів може привести до усунення недоліку незадоволеності користувачами інформаційним наповненням	Недосконала система безпеки підвищує загрозу хакерських атак Недостатньо швидка робота сервісів знижує інтерес користувачів до ресурсу і переходу клієнтів до сайтів-конкурентів з подібними послугами Політична й економічна нестабільність та інфляційні процеси можуть зменшити можливість регулярного доступу до інформаційного простору.

Рисунок 3.2. Матриця SWOT

На перетинах окремих складових груп факторів формуються поля, для яких характерні певні сполучення, що треба враховувати надалі в ході розробки стратегій певного типу:

1) поле Сильні сторони - Можливості – це стратегії підтримки та розвитку сильних сторін інформаційного простору щодо реалізації можливостей зовнішнього середовища;

2) поле Сильні сторони - Загрози – це стратегії боротьби із загрозами за допомогою використання внутрішніх резервів;

3) поле Слабкі сторони - Можливості – це стратегії, що спрямовують дії на використання можливостей для подолання слабких сторін внутрішнього потенціалу інформаційного простору;

4) поле Слабкі сторони – Загрози – це стратегії, які дають змогу не тільки зміцнити свій потенціал, але й відвернути можливі кіберзагрози у зовнішньому середовищі.

Отже, ми дослідили стан інформаційної культури Департаменту з питань соціальної політики, ветеранів та реінтеграції Сумської ОДА та сформувавши напрямки вдосконалення функціонування інформаційного сектору в органах державної служби, що забезпечить вихід українських інформаційних ресурсів на європейський ринок, проте це потребує додаткового дослідження та створення відповідного правового поля.

### **3.2 Обґрунтування необхідності удосконалення інформаційної культури працівників Департаменту з питань соціальної політики, ветеранів та реінтеграції Сумської ОДА**

У сьогоднішньому постійно мінливому та непередбачуваному робочому середовищі державні службовці стикаються з численними викликами. Щоб орієнтуватися в цих бурхливих водах, їм потрібно створити особистий бренд, який передає чітке повідомлення іншим про те, чого вони можуть очікувати. Створення особистого бренду — це навмисна спроба вплинути й отримати особисту вигоду чи винагороду. Цей бренд має бути помітним ззовні, слугуючи навмисним засобом просування власної репутації, що може статися навіть ненавмисно за звичайних обставин. Професійний розвиток має вирішальне значення для державних службовців, оскільки він задовольняє їхнє природне прагнення до зростання та досягнення. Цей шлях розвитку охоплює значну частину їхнього життя та складається з різних етапів. Хоча це особистий процес, який різниться для кожної людини, він постійно передбачає вдосконалення знань, навичок і особистих якостей [1].

Збереження позитивної репутації є найефективнішим методом протидії негативним наслідкам інформаційної асиметрії. Віддаючи пріоритет бажаному результату та прагнучи зберегти позитивну репутацію, люди не лише пом'якшують несприятливі наслідки інформаційної асиметрії, але й сприяють розвитку здорових соціальних стосунків. Отже, у сучасному сучасному світі послуги персонального брендингу відіграють вирішальну роль. Розглядаючи фізичний продукт, його створення, транспортування та використання відбуваються в різні проміжки часу. Однак у випадку з послугами ці процеси часто накладаються та збігаються. Надання та виробництво послуги зазвичай відбуваються одночасно, тоді як її споживання триває доти, доки вона надається. Персональний брендинг, будучи послугою, має унікальну характеристику у своїй процедурній природі. На відміну від виробництва



фізичних товарів, де виробництво та споживання є окремими етапами, послуга, по суті, є безперервним процесом [38].

Послуги, як і матеріальні блага, мають певну корисність. Найчастіше послуга – це вид комунальної діяльності, яка не спрямована на створення матеріальних цінностей, її ефект – це зміна якісних характеристик вже існуючих об'єктів. Якість персонального брендингу багато в чому залежить від професійної кваліфікації постачальника послуг.

Проблема дослідження якісних характеристик персонального бренду полягає в його незначущості. Важливе наукове значення має проблема визначення комплексу якісних характеристик брендингових послуг. Ми розділили характеристики послуги на кілька груп, в залежності від того, які потреби вони задовольняють, а саме:

– Комфорт. Під комфортом ми розуміємо такі умови надання послуг персонального брендингу, які забезпечують мінімально можливу ймовірність виникнення незручних для клієнта ситуацій (швидкість реагування на запити, близькість до місця розташування, кваліфікація персоналу (професіоналізм, ввічливість, грамотність), зручність і простота веб-сайту тощо) . У даному дослідженні якісну характеристику комфортності, на нашу думку, можна виразити індексом кваліфікації персоналу, який розраховується на основі відношення кількості працівників, які мають відповідні документи, що підтверджують їх професійний рівень, до загальної чисельності працівників у наданні конкретних послуг.

– Економічний ефект. Ще одна особливість, яку ми розглядаємо з точки зору співвідношення ціна-якість мінімізації витрат з боку клієнта (час, гроші, ресурси) – економічність. На нашу думку, «середня тривалість проекту» є достатньо показовою в цьому сенсі, оскільки в переважній більшості випадків (за винятком випадків, коли тривалість проекту скорочується на прохання клієнта у зв'язку з терміновістю його виконання), тим менша тривалість проекту , тим нижче його ціна за рахунок зменшення розміру середніх постійних витрат організації.

– Ефективність. Категорія, яка вказує на рівень віддачі від держави замовнику, а також на те, наскільки виправданим було використання послуги як засобу вирішення конкретних завдань.

– Безпека. Одна з найважливіших якісних характеристик, яка відображає ступінь ризикованості даного проекту.

Оцінити якість і характерні відмінності двох, на перший погляд, однакових послуг досить складно. Часто якість тієї чи іншої послуги можна оцінити лише через деякий час, оскільки ефект від впровадження, наприклад, управлінського обліку буде помітний щонайменше через півроку

Необхідність реалізації принципу довіри в поведінці посадової особи є передумовою успішного функціонування як посадової особи, так і компетентного органу державної влади. Довіра до держави є одним із найважливіших чинників, що впливають на формування належного рівня репутації публічних осіб.

Подібно до репутації, імідж – це соціально сконструйоване бачення, засноване на нашій власній оцінці самих себе, а не на уявленнях інших. По суті, наш імідж – це наше власне сприйняття нашої репутації. Імідж і репутація іноді можуть збігатися і ототожнюватися [4].

Визнання – це, по суті, репутація. Визнання відбувається в результаті конкретної події (наприклад, оприлюднення конкретного факту в ЗМІ). Якщо подія відбулася лише один раз, варто зауважити, що впізнавання зникне. У той же час набута репутація, якій бракує повторюваності, яку можна використовувати для прогнозування для її підтримки, буде вирівняна. Репутація має бути передбачуваною та повторюваною.

Управління враженнями означає «процес, за допомогою якого люди намагаються контролювати враження інших. Публічні особи часто не усвідомлюють, як їх сприймають інші, але іноді вони відчують, як вони впливають на інших, і намагаються змінити свою поведінку, щоб отримати прихильність враження. Часто розглядаються в поєднанні з різними «тактиками впливу», які можна використовувати для керування враженнями, такі спроби

контролювати інших часто мають конкретну мету, наприклад підвищення рейтингів ефективності.

Походження повністю пов'язане з перебуванням поза особою, але все одно безпосередньо впливає на репутацію людини. Походження людини - це виявлення її відмінності або подібності до інших.

У процесі самореклами як професіонала можна використовувати різні інформаційно-комунікаційні засоби, такі як:

- блоги (містять окремі записи блогу у вигляді тексту, фотографій тощо, зазвичай у хронологічному порядку);

- професійні мережеві портали (дозволяють представити свій професійний профіль в Інтернеті та поділитися своїми досягненнями, таким чином будуючи ділову мережу);

- дискусійні форуми (сьогодні це один із найпопулярніших засобів спілкування для обміну інформацією та думками); сайти соціальних мереж (об'єднують однодумців зі схожими інтересами, стаючи дуже хорошим маркетинговим інструментом і чудовим способом надання конкретної інформації); інтерактивний контент (увімкнення реклами в мережі шляхом розміщення відео, презентацій);

- служби обміну фотографіями (наприклад, Pinterest, Instagram); персональний сайт (цілодобове джерело достовірної, актуальної інформації про людину та її цілі, діяльність, досягнення, захоплення тощо).

Ці інструменти є найважливішими в процесі створення персонального бренду через ефективність комунікації, але традиційні засоби, такі як листи, телефон тощо, ще не втратили свого значення. І звичайно, ніщо не замінить більшого ефекту від особистого спілкування.

Аналізуючи вищезазначене, можна проілюструвати модель формування особистої репутації чиновника (рис.2.1).

Репутація – це не фаворитизм: це набір оціночних оцінок, які людина чи бізнес отримує від громадськості. На нашу думку, побудова ефективного бренду має базуватися на оцінці наступних критеріїв [38] :

Критерії ефективного особистого брендингу:

- Реальність - особистий бренд повинен будуватися на дійсно існуючій особистості;
- Моральність - потреба в морально-етичних нормах поведінки, формальних і неформальних правилах, встановлених у суспільстві;
- Специфіка - орієнтація на одну область спеціалізації;
- Професіоналізм – людину слід сприймати як визнаного фахівця в даній галузі, а також як ефективного керівника;
- Унікальність – бренд повинен бути унікальним, мати свої особливості та відрізнятися від інших.

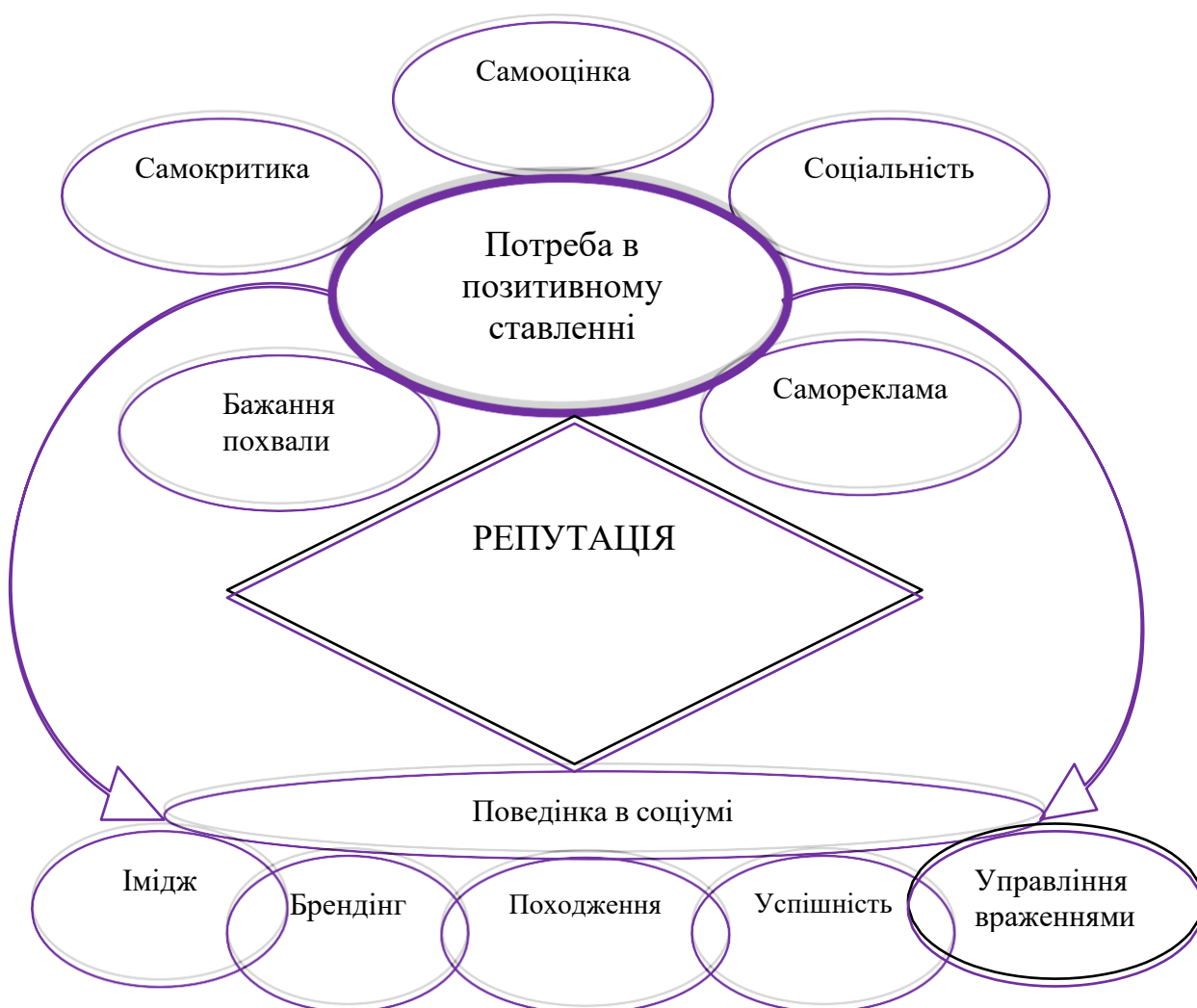


Рисунок. 3.3 Модель формування особистісної репутації

Напрями сучасної іміджевої стратегії державної служби: розробка чіткої ідеологічної концепції, яка б задовольнила інтереси всіх громадян України та спрямована на відродження національної гордості та високої культурної самооцінки, використання всіх комунікаційних каналів для формування позитивного іміджу ( телебачення, радіо, преса, Інтернет ресурси); активізація зусиль керівництва держави та інститутів влади щодо формування позитивного іміджу, формування «портрету лідера зі стійким позитивним іміджем»; створення позитивного іміджу посадовця, який щоденно виконує державні функції та відповідає за реалізацію державної політики, шляхом створення художнього серіалу фільмів про будні українських чиновників; популяризація наукових досягнень та широке впровадження пропозицій науковців у сфері державного управління тощо [25].

Однак досить часто імідж розглядається як загальне сприйняття будь-якого об'єкта [42], яка включає два компоненти: описовий (інформативний, оціночний) і цілісний, що існує незалежно від будь-якої інформації про об'єкт (організацію, установу, особу, товар, послугу тощо). Тому, окрім створення чіткого та привабливого «іміджу» інституту державної служби, важливо здійснювати якісні зміни.

Ми вважаємо за потрібне:

– розроблення кодексу честі державних службовців, який регулюватиме їхню поведінку у відносинах із колегами, фізичними та юридичними особами, зокрема представниками громадських об'єднань та окремими громадянами [5]. Прийняття такого кодексу рекомендацій усім органам виконавчої влади та його затвердження на відкритих і вільних зборах відповідних трудових колективів;

– посилення юридичної відповідальності (кримінальної, адміністративної, дисциплінарної) державних службовців усіх категорій за протиправну діяльність, порушення законодавства, Цивільного кодексу (порядна поведінка) та норм моралі [7]. Необхідно виробити певні традиції та

професійну культуру, яка змусить людей, які порушують усталені норми моралі та права, самостійно залишати державну службу.

Важливо також мінімізувати безпосередні контакти між державними службовцями та отримувачами їх послуг шляхом створення та налагодження ефективного функціонування центрів надання адміністративних послуг;

- призначення на посади державної служби виключно в конкурсному порядку за результатами співбесіди та тестування з пріоритетом кандидата, який отримав найкращі результати;

- запровадити систему управління якістю в діяльності органів державної влади не усно (чи звітно), а активно, що дозволить переорієнтувати їх діяльність, і зокрема кожного державного службовця, з виключно державної служби на юридичних осіб і особи, тобто служіння суспільству;

- ширше використовувати електронний уряд;

- усунення диспропорцій у рівні оплати праці на державній службі та в оплаті праці кваліфікованої робочої сили у приватному секторі, що стане стимулом для залучення на державну службу висококваліфікованих спеціалістів та може запобігти відтоку професіоналів та забезпечити конкурентоспроможність цивільного населення. обслуговування на ринку праці;

- залучення до державної служби талановитої молоді (кращих випускників ВНЗ); вирішення проблеми надання молодим чиновникам довгострокових кредитів на будівництво чи придбання житла під мінімальний відсоток;

- проведення постійного моніторингу кадрових процесів та кадрового аудиту в системі державної служби;

- постійне підвищення рівня професійної компетентності державних службовців шляхом мотивованого підвищення кваліфікації та самоосвіти;

- вести щоденні конструктивні стосунки з суспільством, висвітлювати свою діяльність, вказувати на позитивні результати, недоліки, проблемні питання та можливі шляхи їх вирішення за допомогою суспільства;

- включити системи підготовки, перепідготовки та підвищення кваліфікації працівників органів державної влади, органів місцевого самоврядування, державних підприємств, установ та організацій до програм навчальних закладів, тренінгів, лекцій, тематичних зустрічей, тренінгів у сфері візуалізації тощо [2].

Багато в чому успішне функціонування організації залежить від керівників, які вміють керувати підлеглими не тільки силою командування, але й вміють ефективно використовувати всю різноманітність управлінських ресурсів керівника. Одним із елементів такого ресурсу є імідж та репутація чиновника. Розуміння основ її формування та вдосконалення дозволяє керівнику ефективно реалізовувати необхідну в управлінській діяльності стратегію поведінки, реалізовувати та розвивати як особистість в умовах професійної діяльності. Підвищення іміджу вимагає оволодіння новими знаннями, розвитку різноманітних умінь і навичок, які дозволяють ефективно взаємодіяти з підлеглими.

Особливість іміджу та репутації представників влади полягає в тому, що вони нерозривно пов'язані з цілим комплексом під назвою «імідж державної влади». Формування нового іміджу та репутації державного службовця має базуватися на принципі вдосконалення особистих моральних цінностей та професійних якостей, важливих у діловому світі.

Основним чинником формування позитивного іміджу державної служби України має стати професіоналізм її представників та модель двосторонньої комунікації влади та громадськості на основі чесності та відкритості[37].

Для створення та підтримки позитивного іміджу державного службовця доцільно використовувати різноманітні засоби масової інформації. Відсутність адекватної оцінки, низька емоційна насиченість та реалістичність матеріалів, що подаються у ЗМІ, не сприяють створенню позитивного іміджу державної служби[33].

Підкреслення специфіки діяльності, труднощів у розв'язанні завдань, об'єктивно досягнутих успіхів створює змістовний, реалістичний образ посадових осіб, зміцнює їхній авторитет, підвищує довіру до влади та держави.

В умовах політичного та економічного реформування держави висока кваліфікація, професійна та моральна однорідність державного апарату дають змогу створити стійку основу конституційної єдності системи державної влади, сприяють подоланню протиріч між застарілими стереотипами в управлінській діяльності та її сучасних вимог в умовах розвитку українського суспільства, формують позитивний імідж не лише окремого державного службовця, а й усієї державної служби. Посадова особа має усвідомлювати кінцеву мету, бачити шляхи до цієї мети, розуміти свій статус висококваліфікованого фахівця, якому держава делегувала свої повноваження і який несе відповідальність за дії, які приведуть або не приведуть до наміченої мети. Для цього посадова особа повинна мати відповідний професійний потенціал, під яким ми маємо на увазі приховані можливості, владу та силу посадової особи, які можуть (і повинні) бути використані для забезпечення високої ефективності діяльності органу державного управління та його здатності успішно просуватися по службовій драбині [34]. Посадова особа має усвідомлювати кінцеву мету, бачити шляхи до цієї мети, розуміти свій статус висококваліфікованого фахівця, якому держава делегувала свої повноваження і який несе відповідальність за дії, які приведуть або не приведуть до наміченої мети. Для цього посадовець повинен мати відповідний професійний потенціал і прагнути до цієї мети, а не зупинятися на півдорозі до хорошої роботи. Без проблем зможе працювати лише доброзичливий і наполегливий у виконанні своїх обов'язків державний службовець.

Більшість дослідників враховує зовнішній аспект іміджу, вбачаючи в ньому спосіб впливу на зовнішнє середовище (ділових партнерів, потенційних клієнтів тощо). При створенні іміджу автори акцентують увагу на створенні іміджу-носія зовнішніх ознак, які визначають наявність необхідної якості в професійному середовищі. З позиції комунікаційного менеджменту слід



підходити до визначення іміджу, трактуючи його як «публічне «Я» людини. [22].

Населення сприймає лідера завдяки його представницькому вигляду – стриманому, діловому, сучасному. Для виконання завдань і функцій держави глава виконавчої влади зобов'язаний дотримуватись правил службового етикету, що виражається в моральних вимогах професійної діяльності.

Формування іміджу керівника в органах виконавчої влади має починатися з іміджевого аудиту. Іміджевий аудит – це аналіз поточного зовнішнього вигляду керівника, який включає: детальне вивчення складових зовнішнього іміджу керівника; конкурентне «впізнавання», тобто оцінка сприйняття лідера представниками різних верств громадянського суспільства; аналіз та порівняння складових зовнішнього іміджу керівників відповідного рівня. Іміджевий аудит є необхідним заходом при зміні стратегічного курсу держави та утвердженні оновленого пакету цінностей.

З метою аналізу поточного вигляду керівника органів виконавчої влади проводиться іміджевий аудит, який включає:

- детальне вивчення складових зовнішнього вигляду керівника;
- конкурентна розвідка;
- оцінка сприйняття керівника підлеглими та громадськістю;
- аналіз прикладів представників такої самої посади в органах виконавчої влади інших регіонів.

Робота іміджевого аудиту спрямована на виявлення сильних і слабких сторін зовнішнього вигляду керівника органів виконавчої влади. Процес іміджевого аудиту включає наступні етапи:

- аналіз іміджу керівника органу виконавчої влади, який здійснює цей контроль, та аналіз іміджу керівників, які обіймають таку ж посаду лише в іншому органі виконавчої влади;
- презентація клієнту з детальним аналізом іміджу та остаточними висновками щодо поточного іміджу менеджера-клієнта на тлі менеджерів-конкурентів;

– постановка цілей – бажане враження від зовнішнього вигляду керівника органів виконавчої влади. Підготовка та узгодження з патроном параметрів бажаного враження, яке керівник виконавчої влади повинен справити на суспільство та підлеглих.

### **3.3 Оцінка ефективності змін рівня інформаційної культури державного службовця та їх впливу на позитивну репутацію державного органу**

Через багатоаспектність моніторингу іміджевих змін ми визнали необхідним визначити основні критерії та розробити набір оптимальних показників для кожного з них, що забезпечують цілісність та комплексність оцінювання впливу на позитивну репутацію державного органу.

Комплекс критеріїв складається з трьох груп, перерахованих за найважливішими показниками.

1. Критерії якості зовнішнього іміджу: зовнішній вигляд державного службовця, володіння мовами, знання та використання правил етикету, поведінкові патерни тощо.

2. Критерії якості результатів роботи державних службовців: ефективність підбору фахівця; результат роботи держслужбовця, ступінь його підготовки; готовність продовжувати зміни; рівень формування професійних компетенцій; рівень формування професійних рис; задоволеність споживачів; результати, досягнуті компанією щодо запланованих цілей підвищення якості підготовки фахівців

3. Критерії якості інформаційної культури державного службовця: забезпечення провідної ролі керівництва у справі якості та постійного вдосконалення всіх аспектів діяльності компанії; забезпечення відповідності місії, бачення, основних цінностей політики та стратегії компанії поставленим цілям; повідомлення про розвиток освітніх програм; здійснення соціальної роботи; проведення різноманітних видів семінарів та конференцій; здійснення

загального менеджменту, в тому числі управління персоналом, інфраструктурою, матеріальними та інформаційними ресурсами, технологіями тощо; здійснення внутрішнього забезпечення якості.

Оскільки найбільш релевантну інформацію для моделі ми можемо отримати з відгуків споживачів про роботу державного органу, то у якості параметрів для оцінки впливу візьмемо ключові зміни, оцінювані експертами по 100-бальній шкалі на основі аналізу відгуків. Як визначено вище, маємо 3 групи показників: зовнішній імідж, фахова компетентність імідж та інформаційна культура. Кожен з видів складає безпосередній вплив на оцінку репутації державного органу, яку ми беремо за результативну ознаку. Таким чином, нам потрібно дослідити зв'язок між наступними параметрами:

Незалежні змінні:

X1 – якість зовнішнього іміджу

X2 – якість фахової компетентності

X3 – якість інформаційної культури

Залежна змінна:

Y – оцінка репутації державного органу.

Для побудови моделі та оцінки її параметрів ми використаємо табличний процесор Excel.

За результатами опитування експертів були отримані результати, які наведені у таблиці 3.1.

Таблиця 3.1

## Вхідні умови дослідження

Порядковий номер обраного державного органу	Показники оцінювання якості роботи керівника			Результат – оцінка репутації державного органу
	Зовнішній імідж	Фахова компетентність	Інформаційна культура	
1	28	50	56	52
2	36	52	54	56
3	30	54	40	50
4	39	58	56	64
5	38	54	44	56

В результаті розраховані коефіцієнти кореляції між показниками оцінки керівників і показником репутації державного органу (табл. 3.2).

Таблиця 3.2

Результати розрахунків коефіцієнтів кореляції Пірсона  $r_{xy}$  між факторними ознаками  $x$  та  $y$

Зв'язок факторних ознак	Коефіцієнт кореляції Пірсона $r_{xy}$
$x_1$ - $y$ : зовнішній імідж – репутація	0,52
$x_2$ - $y$ : фахова компетентність – репутація	0,74
$x_3$ - $y$ : інформаційна культура – репутація	0,83

Аналіз отриманих даних показав (див. табл. 3.2), що чисельне значення коефіцієнта кореляції 0,52 між зовнішнім іміджем керівника та репутацією державного органу виявляє відносно слабкий їх кореляційний зв'язок.

Тоді як інформаційна культура має найбільший коефіцієнт кореляції (див. табл. 3.1), бо саме за якістю та кількістю інформаційних комунікацій складається більш глибоке враження про роботу державного органу, його успішність та орієнтованість на проблеми населення тощо.

Фахова компетентність також робить значний вклад, бо для цього працівник повинен довести свою компетенцію і те, що він очолює відповідний

державний орган саме завдяки фаховим знанням, а не зв'язкам чи корупційним схемам.

Аналіз кореляційних зв'язків між кількома ознаками показав у таблиці 3.3 тісноту зв'язків між ними.

Таблиця 3.3

Результати розрахунків сукупних коефіцієнтів множинної кореляції між факторними ознаками  $x_1$ ,  $x_2$ ,  $x_3$  та  $y$

Зв'язок факторних ознак	Коефіцієнт множинної кореляції
$x_1$ - $x_2$ - $y$ : вплив зовнішнього іміджу та інформаційної культури – репутація	0,89
$x_2$ - $x_3$ - $y$ : вплив інформаційної культури та фахової компетентності – репутація	0,94
$x_1$ - $x_3$ - $y$ : вплив зовнішнього іміджу та фахової компетентності – репутація	0,93
$x_1$ - $x_2$ - $x_3$ - $y$ : дія всіх 3 чинників – репутація державного органу	0,97

Як можна побачити з приведених вище даних, коефіцієнт множинної кореляції успішності підвищення репутації державного органу з показниками різних видів іміджу керівника (береться до уваги саме одночасний вплив усіх перерахованих факторів) дещо збільшується.

Отже, рівень всіх видів іміджу має вплив на репутацію рівний 0.97, іншими словами 97% репутації державного органу залежить від правильно побудованого підходу до діяльності його керівника і тільки на 3% від інших чинників.

Отже, ми можемо побудувати багатофакторну модель оцінки репутації державного органу на основі трьох незалежних ознак.

Ми будемо лінійну модель залежності значення  $Y$

$$Y = a_0 + a_1X_1 + a_2X_2 + a_3X_3$$

3) Оцінити параметри моделі, використавши:

- оператор оцінювання методу найменших квадратів;
- стандартну функцію “Лінейн”

Оператор оцінювання параметрів моделі за МНК має вигляд

$$A = (X'X)^{-1}X'Y$$

Розраховуючи дану матрицю в середовищі Ексель, отримуємо наступні значення коефіцієнтів

$$a_0 = 0,967$$

$$a_1 = 0,287$$

$$a_2 = 0,343$$

$$a_3 = 0,640$$

$\hat{Y} = 0,967 + 0,287X_1 + 0,343X_2 + 0,640X_3$  - вигляд економетричної моделі за МНК.

Можемо зробити висновок, що коли за всіх однакових умов незалежна змінна  $X_1$  – зовнішній імідж збільшується на одиницю, то залежна змінна  $Y$  – репутація також збільшується на 0,287. Відповідно, за цих однакових умов, якщо незалежна змінна  $X_2$  – фахова компетенція збільшується на одиницю, то репутація також збільшується на 0,343. Якщо  $X_3$  – інформаційна культура збільшиться на одиницю, то успішність розвитку також збільшується на 0,640 одиниць

## ВИСНОВКИ

Таким чином, ми розробили основні стратегічні напрямки вдосконалення підходів до інформаційної культури державного службовця і створили модель для оцінювання впливу окремих складових на репутацію органу державної влади, який представляє його працівник.

Аналіз отриманих даних показав, що чисельне значення коефіцієнта кореляції 0,52 між зовнішнім виглядом керівника та репутацією державного органу виявляє відносно слабкий їх кореляційний зв'язок.

Тоді як інформаційна культура має найбільший коефіцієнт кореляції, бо саме за якістю та кількістю комунікаційних контактів складається більш глибоке враження про роботу державного органу, його успішність та орієнтованість на проблеми населення тощо.

Фахова компетенція також робить значний вклад, бо для цього працівник повинен довести свою корисність і те, що він очолює відповідний державний орган саме завдяки фаховим знанням, а не зв'язкам чи корупційним схемам.

Отже, за допомогою побудованої моделі можна коригувати культурні характеристики керівника таким чином, щоб отримати найбільші репутаційні здобутки для очолюваного ним органу.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Клімушин П. С., Іванова І.Д. Інформаційна культура державних службовців як чинник розвитку інформаційного суспільства. Теорія та практика державного управління. 2011. Вип. 3 (34). С. 50 – 56.
2. Кириченко В.В. Інформаційна культура у структурі професійної компетентності державних службовців. Науковий вісник Херсонського державного університету. 2019. № 2. С. 113-119.
3. Буканов Г. М. Особливості іміджу керівника закладу соціального обслуговування на регіональному рівні: теоретико-емпіричні аспекти. *Габітус*. 2018. Вип. 6. С. 30-35.
4. Варцаба Н. В. Комунікативні технології у процесі іміджмейкінгу та особливості їх застосування у сфері іміджу корпорації. *Бібліотекознавство. Документознавство. Інформологія*. 2018. № 4. С. 102- 109.
5. Возна Л. Б., Босак О. В. Формування іміджу лідера для ефективного управління персоналом. *Молодий вчений*. 2019. № 4(2). С. 471- 475.
6. Глущенко К. С. Сучасні механізми формування іміджу центральних органів виконавчої влади: теоретико-методологічний аналіз. *Інвестиції: практика та досвід*. № 14. 2016. С.70-74.
7. Гусєв В.О. Інноваційна політика: методологія формування та впровадження : монографія /В.О.Гусєв. Донецьк : Юго-Восток, 2011. 624 с.
8. Долженков О. Управління іміджем сучасного менеджера освіти. *Теоретичні та прикладні питання державотворення*. 2018. Вип. 22. С. 19- 26.
9. Жавнерчик О.В. Психологія управління: Конспект лекцій. Одеса: ОДЕКУ, 2020. 161с.
10. Заєць Н. Ю. Вплив тайм-менеджменту керівника на розвиток позитивного іміджу загальноосвітнього навчального закладу. *Вісник Чернігівського національного педагогічного університету. Серія : Педагогічні науки*. 2017. Вип. 142. С. 45-50.



11. Почепцов Г.Г. Имиджология: теория и практика. К.: С.П. «АРСФ – Украина». К.: МАУП, 2002. 176 с.

12. Кадрова політика і державна служба у сфері публічного управління (регіональний аспект) : монографія / [В. М. Мартиненко, С. М. Серьогін, В. О. Євдокимов та ін.] ; за заг. ред. В. М. Мартиненка. Х. : Магістр, 2008. 304 с.

13. Кринична І.П. Сучасні підходи до формування іміджу державного службовця. URL: [http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis\\_nbuv/cgiirbis\\_64.exe?I21DBN=LINK&P21DBN=UJRN&Z21ID=&S21REF=10&S21CNR=20&S21STN=1&S21FMT=ASP\\_meta&C21COM=S&2\\_S21P03=FILA=&2\\_S21STR=Patp\\_2013\\_1\\_22](http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?I21DBN=LINK&P21DBN=UJRN&Z21ID=&S21REF=10&S21CNR=20&S21STN=1&S21FMT=ASP_meta&C21COM=S&2_S21P03=FILA=&2_S21STR=Patp_2013_1_22) (дата звернення 3.03.2023р.).

14. Лаврентій А. С. Імідж як предмет наукового аналізу. *Вісник Національної академії державного управління при Президентові України*. Серія : Державне управління. 2019. № 3. С. 30-38.

15. Ларіна Н. Імідж як комунікативна основа позиціонування влади. *Вісник державної служби України*. 2013. № 2. С. 20-23.

16. Липовська Н. Організаційна культура як фактор стабілізації державної служби. *Актуал. пробл. держ. упр.* : зб. наук. пр. Д.: ДРІДУУАДУ, 2002. Вип. 3 (9). С. 202 – 215.

17. Пантелейчук І. В. Формування позитивного іміджу органів державної влади: теорія, методологія, практика [Текст] : монографія К. : Альтерпрес, 2011. 316 с.

18. Пантелейчук І.В. Трансформація іміджу органів державної влади: історичний аспект. URL: [http://academy.gov.ua/ej/ej8/doc\\_pdf/pantelejchuk.pdf](http://academy.gov.ua/ej/ej8/doc_pdf/pantelejchuk.pdf) (дата звернення 17.05.2020р.).

19. Почепцов Г. Г. Имиджология. Киев, 2000. 768 с.

20. Почепцов Г.Г. Паблік рилейшнз: навч. посіб. К.: Т-во «Знання», КОО, 2000. 506 с.

21. Пшенична Л. Імідж керівника – важлива складова кар’єри управлінця. *Педагогічні науки: теорія, історія, інноваційні технології*. 2018. № 6. С. 233-250.

22. Саричев Ю. О. Іміджеве забезпечення як вид інформаційного забезпечення в системі державного управління. *Науковий часопис Академії національної безпеки*. 2018. № 2. С. 69-88.

23. Сунгурова С. Р. Теоретичні основи формування іміджевої складової політичного процесу. *Науковий часопис Академії національної безпеки*. 2018. № 2. С. 89-101.

24. Туриніна О., Ільянова А. Соціально-психологічні механізми функціонування іміджу сучасного лідера в умовах сучасного етапу розвитку українського суспільства. *Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка*. Психологія. 2018. Вип. 2. С. 80-84.

25. Фукуяма Ф. Конец истории и последний человек / Ф. Фукуяма ; пер. с англ. М. Б. Левина. М. : Ермак, 2004. 588

26. Храбан Т. Є. Імідж/образ України в англomовному секторі соціальних мереж. *Молодий вчений*. 2019. № 5(2). С. 391-395.

27. Шевченко В. С. Роль і місце іміджу керівника в ефективному управлінні сучасної організації. URL: [https://periodicals.karazin.ua/socoeconom/article/download/8259/7769/&ved=2ahUKEwjM14T\\_0MzpAhXWxMQBHXoVA4EQFjAAegQIAhAB&usg=AOvVaw2tbewbCmue2rlrTc99iYhe](https://periodicals.karazin.ua/socoeconom/article/download/8259/7769/&ved=2ahUKEwjM14T_0MzpAhXWxMQBHXoVA4EQFjAAegQIAhAB&usg=AOvVaw2tbewbCmue2rlrTc99iYhe) (дата звернення 28.02.2023р.).

28. Шерман О. М. Роль і місце аксесуарів в системі візуальних параметрів іміджу політичного лідера. *Держава і право*. Серія : Політичні науки. 2016. Вип. 72. С. 225-233.

29. Шурко О. Вплив політичного іміджу на свідомість громадян. *Вісник Львівського університету*. Серія філософсько-політологічні студії. 2018. Вип. 17. С. 261-266.

30. Бобровник А. Етика державного службовця. URL: <http://dilegal.ua/etika-derzhanogosluzhbovcya/> (дата звернення 20.02.2023)

31. Колосок, С. В. Формування іміджу установи в системі державного управління. *Актуальні проблеми державного управління : наук. зб.* Вип. III : наук. вид. Одеса: АстроПринт, 2000. С. 84-90.

32. Рак (Сонько) Ю. А., Лазебна І.В. Роль інституту довіри для розвитку конкуренції на ринку. *Економічна політика в контексті міжнародного співробітництва: матеріали Міжнародної науково-практичної конференції (м. Дніпро, 22-23 серпня 2014 р.)*. Дніпро: НО «Перспектива», 2014. с. 82-85

33. Сорокіна Н.Г. Аналіз основних вимог до етичної поведінки державних службовців в Україні: правовий аспект. *Аспекти публічного управління*. 2017. Т. 5. № 1-2(39- 40). С. 13-18

34. Чабак Л.А. Етико-психологічні аспекти державної служби та служби в органах місцевого самоврядування. Чернігів: Сіверський центр післядипломної освіти, 2016. 29 с

35. Формування позитивного іміджу органів державної влади через підвищення якості надання адміністративних і соціальних послуг : наук. розробка / авт. кол. : С. М. Серьогін, В. В. Лола, І. І. Хожило та ін. ; за заг. ред. С. М. Серьогіна. К. : НАДУ, 2009. 32 с

36. Федорів Т.В. Співвідношення понять «імідж» та «репутація» у державному управлінні. *Вісник НАДУ*. 2011. № 2. С. 25-29.

37. Бабік Ю. Позитивний імідж підприємства як фактор підвищення конкурентоспроможності. *Сучасні проблеми розвитку підприємств харчової промисловості: теорія та практика : програма і матеріали II Всеукраїнської науково-практичної конференції молодих вчених і студентів*, 13–14 листопада 2014 р. К.: НУХТ, 2014. С.122-123.

38. Кулеба, О.В. Процес формування позитивного іміджу політичного лідера. URL: <http://www.dy.nauka.com.ua/index.php?operation=1&iid=218>. (дата звернення 18.03.2023)

39. Сімеоніді, І. А. Формування іміджу державної служби. *Актуальні проблеми державного управління, педагогіки та психології : збірник праць*. Херсон, 2010. №1(2). С. 136-146.

40. Маніпуляція й маніпулятивні технології. Агенство стратегічних досліджень. URL: <http://sd.net.ua/2012/03/06/manipulyaciya-j-manipulyativni-technologiyi.html>. (дата звернення 18.03.2023)

41. Богомолова К.С., Гацько А,Ф. Правові основи формування іміджу державного службовця. Вісник ХНТУСГ: Економічні науки. 2016. Вип. 174. С. 117 - 128.

42. Губерський Л. На чому ґрунтується міжнародний авторитет. Політика і час. 2002. №4. С.34-45

43. Антонюк О.В. Сучасний стан стратегії просування брэнда держави в Україні / О.В. Антонюк // Економіка та держава. – 2011. – № 8. – С. 64– 67

44. Артишкова І.В. Застосування брэндингу особистості для створення ділової репутації / І. В. Артишкова // Модернізація та наукові дослідження: парадигма інноваційного розвитку суспільства і технологій : Матеріали II Міжнародної науково-практичної конференції (м. Київ, 24–25 січня 2020 р.) / ГО «Інститут інноваційної освіти»; Науково-навчальний центр прикладної інформатики НАН України. – Київ : ГО «Інститут інноваційної освіти», 2020. 216 с

45. Атаманська К. І. Теоретичні аспекти поняття іміджу в наукових дослідженнях. Проблеми сучасної педагогічної освіти. Педагогіка і психологія. 2012. Вип. 37 (2). С. 28–32

46. Атаманчук Г. Про особливості професіоналізму в управлінні / Г. Атаманчук // Право та управління XXI століття. – 2012. – № 2. – С. 56–61. 3. Батанов О.В. Муніципальна влада в Україні: проблеми теорії та практики : монографія. Київ : Видавництво «Юридична думка, 2010. 656 с.

47. Берницька Д. І. Ділова репутація як стратегічний чинник розвитку підприємства / Берницька Д. І. , Кравчук Н. О. – Режим доступу: [www.nbuv.gov.ua/portal/Soc\\_Gum/inek/2011\\_3/41.pdf](http://www.nbuv.gov.ua/portal/Soc_Gum/inek/2011_3/41.pdf)

48. Бобровник А. Етика державного службовця. – 2016. – Режим доступу: <http://dilegal.ua/etika-derzhanogosluzhbovcya/>

49. Бойчук Л. В. Оновлені правила поведінки державних службовців / Л. В. Бойчук // Довідково-інформаційні матеріали. ІФОЦППК. – 2011. – №5. – 20 с.

## ДОДАТКИ

### Додаток 1

Модель рівнів інформаційної культури особистості державного службовця



## Фактична кількість працівників державної служби в 2022 році

