

*У даній статті визначено стадії опрацювання інформації, яка надходить в генератор інформаційного наповнення, що формує інформаційний образ вищого навчального закладу. Визначено та описано групи спеціальних характеристик підрозділів, що є базовими, важливими та первинними даними про підрозділи у контексті організації інформаційної діяльності ВНЗ*

*Ключові слова: вищий навчальний заклад (ВНЗ), інформаційна діяльність, інформаційний потенціал*

*В данной статье определены стадии обработки информации, поступающей в генератор информационного наполнения, что формирует информационный образ ВУЗа. Определены и описаны группы специальных характеристик подразделений, которые являются базовыми, важными и первичными данными о подразделениях в контексте организации информационной деятельности ВУЗа*

*Ключевые слова: высшее учебное заведение (ВУЗ), информационная деятельность, информационный потенциал*

# БАЗОВІ ХАРАКТЕРИСТИКИ ТА МОДЕЛЬ ПІДРОЗДІЛІВ ВНЗ ЯК СУБ'ЄКТА ІНФОРМАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

**А. М. Пелешишин**

Доктор технічних наук, професор  
Кафедра соціальних комунікацій  
та інформаційної діяльності\*

E-mail: apele@ridne.net

**Р. О. Корж**

Кандидат технічних наук, доцент  
Кафедра електронних засобів  
інформаційно-комп'ютерних технологій\*

E-mail: korzh@lp.edu.ua

\*Національний університет

«Львівська політехніка»

вул. С. Бандери, 12, м. Львів, Україна, 79013

## 1. Вступ

Інформаційна діяльність ВНЗ не може зосереджуватися в одному чи кількох вузькоспеціалізованих підрозділах, і повинна охоплювати більшу частину базових підрозділів ВНЗ являє собою достатню складну організаційну структуру, що відображається у всіх аспектах інформаційної діяльності. Відповідно і модель ВНЗ повинна враховувати особливості процесу формування інформаційного образу в певних розширених характеристиках елементів моделі. Водночас, не всі реалії адміністративної структури ВНЗ доцільно безпосередньо включати в проблемно-орієнтовану модель. Суттєво також, що безпосередньо адміністративне підпорядкування не завжди є важливим з погляду інформаційної діяльності, оскільки сам процес зумовлює інші форми зв'язків.

Тому вирішення завдання формального опису ВНЗ як організаційної структури є актуальною та невід'ємною частиною системних досліджень з інформаційної діяльності.

## 2. Аналіз останніх досліджень публікацій та постановка проблеми

В базову модель управлінські аспекти діяльності ВНЗ не вводять, вони повинні входити у спеціалізовану розширену модель, яка вже залежна від вибору методів організації саме управлінського процесу. Тому необхідно визначити стадії опрацювання інформації,

яка формує інформаційний образ ВНЗ. Необхідно визначити групи спеціальних характеристик підрозділів, що є важливими у контексті організації інформаційної діяльності що провадить ВНЗ.

У статті [1] визначено комплекс показників віртуальної спільноти для вищих навалних закладів. Розглянуто та проаналізовано соціально-демографічні характеристики, показники обсягів та інтенсивності, технологічні показники та комунікативні характеристики віртуальних спільнот, які є основою для визначення показників.

Визначено та описано соціально-демографічні характеристики у соціальних комунікаціях у статті [2, 3]. На основі соціально-демографічних характеристик складено соціально-демографічний портрет учасників веб-спільноти.

У дослідженні [4] подані найбільш відомі наукові розробки щодо типологізації віртуальних спільнот як вітчизняних, так і зарубіжних авторів. Здійснено порівняння типологій з авторською концепцією систематизації віртуальних спільнот на основі критерію соціального управління та контролю. Вказуються перспективи виокремлення нових видів та типів віртуальних спільнот у соціумі.

Структурні та функціональні характеристики віртуальних спільнот та освітні проблемно-орієнтовані віртуальні співтовариства описані у [5].

Розглянуто основні риси і особливості мережевої спільноти як специфічного соціального конструктора, визначено найважливіші риси віртуальної спільноти як її специфічного різновиду у статті [6].

У статті [7] автор побудував модель впливу характеристик системи (наприклад, інформаційних та якості системи) і соціальних факторів (наприклад, довіру і суспільну корисність) в реалізації успішних віртуальних спільнот.

У статті [8, 9] створено та описано модель інформаційного сліду учасників web-спільноти та алгоритм формування системи лінгво-комунікативних індикаторів соціально-демографічних характеристик учасників віртуальної спільноти.

У [10] запропоновано визначення тематики та метод визначення релевантності онлайн-спільнот, як об'єкта маркетингової діяльності.

### 3. Ціль та задачі дослідження

Метою роботи є опис результатів аналізу ВНЗ як суб'єкта інформаційної діяльності у формі визначення базових характеристик та моделі підрозділів ВНЗ.

Для досягнення поставленої мети необхідно вирішити наступні задачі:

- проведення аналізу процесу формування інформаційного образу як керованого з боку ВНЗ;
- визначення основних етапів процесу та інформаційних масивів, що формуються на цих етапах;
- формальний опис та систематизація комплексу базових характеристик підрозділів ВНЗ як виконавців завдань з формування інформаційного образу;
- синтез на основі пропонованих характеристик окремих інтегрованих показників, що дозволяють приймати адміністративно-управлінські рішення щодо вдосконалення процесу формування інформаційного образу.

### 4. Визначення груп спеціальних характеристик підрозділів

Визначимо множину підрозділів, що є учасниками процесу формування інформаційного образу ВНЗ:

$$Dep_s(University) = \{Dep_i\}_{i=1}^{N^{(Dep)}}, \tag{1}$$

де  $Dep_i$  –  $i$ -й підрозділ,  $N^{(Dep)}$  – кількість підрозділів у ВНЗ.

Проте перелік підрозділів може відрізнятися від тих, що закріплені в нормативних документах ВНЗ. Під час формалізації ВНЗ як адміністративної одиниці множину підрозділів формують на основі юридично оформленої адміністративної структури ВНЗ. Але специфіка задач з інформаційної діяльності ВНЗ вимагає, щоби структурування здійснювалося на основі властивостей інформаційного потенціалу ВНЗ.

Тобто на практиці поняття «інформаційне джерело» та «юридично оформлений підрозділ» між собою не узгоджені й пов'язані відношенням «багато до багатьох». Проте, з погляду побудови методів та алгоритмів підвищення ефективності діяльності ВНЗ, така модель є надміру ускладненою та заторкує далекі від інформаційної діяльності завдання оптимального адміністративного поділу ВНЗ.

Водночас, існування кожного окремого інформаційного джерела в межах ВНЗ указує на існування відповідної джерелу окремої структурної одиниці, з певним ступенем автономності та формально (підрозділ) чи неформально (наукова група, творчий колектив тощо) визначеної у межах ВНЗ.

Тому для спрощення моделі далі прийматимемо, що кожен підрозділ  $Dep_i$  ВНЗ володіє одним, відповідним йому, інформаційним джерелом  $Source(Dep_i)$ .

Незважаючи на указане спрощення моделі, постає завдання ідентифікації окремих джерел та відповідних їм підрозділів. На практиці це завдання вирішують передусім адміністративно-організаційними заходами (моніторинг, опитування працівників, управління персоналом), а не інформаційно-технічним інструментарієм. Проте «межі» інформаційного джерела та його обсяги та ідентифікатори також можна визначати формалізованими методами [11].



Рис. 1. Поетапне керування процесом формування інформаційного образу

Важливим є також питання формалізації проходження та трансформації інформації від її створення у підрозділі до остаточної публікації у соціальних середовищах, де вона стає уже об'єктом процесу формування інформаційного образу ВНЗ спільнотою. Такий опис ґрунтується на наведеній вище схемі формування інформаційного образу (рис. 1). Інформація, яка в кінцевому результаті надходить в генератор інформаційного наповнення та стає об'єктом, навколо якого формується інформаційний образ ВНЗ, проходить такі стадії опрацювання:

- інформаційний потенціал;
- інформаційний ресурс;
- елемент інформаційного образу.

Визначимо детальніше кожну зі стадій, згаданих вище.

**Інформаційний потенціал** – набір змістових матеріалів, що створив підрозділ у процесі виконання власних йому завдань, що можуть становити суспільний інтерес і мають публічний характер. Прикладами інформаційного потенціалу у ВНЗ для навчальних підрозділів можуть бути методичне та наукове забезпечення для студентів, для адміністративних підрозділів – довідково-нормативне забезпечення.

**Інформаційний ресурс** – набір матеріалів з інформаційного потенціалу, що пройшли необхідне для публікації в соціальних середовищах Інтернету опрацювання: форматування, комунікативну та стилістичну адаптацію. Прикладами інформаційного ресурсу у ВНЗ може бути для навчальних підрозділів методичне та наукове забезпечення для студентів у форматі HTML, у форматі відеоматеріалів тощо. Важливим також є стилістичне опрацювання. Так, для адміністративних підрозділів – довідково-нормативне забезпечення повинно бути адаптованим до сприйняття читачами без володіння управлінською термінологією вищої школи, тексти мають пройти верифікацію на простоту сприйняття.

**Компонент інформаційного образу** – набір матеріалів з інформаційного ресурсу підрозділу, опублікованих у соціальних середовищах Інтернету або

як окремі статті, або як коментарі до дискусій, що є складовою загального образу ВНЗ. Прикладами компонентів інформаційного образу у ВНЗ для навчальних підрозділів є методичне та наукове забезпечення на професійних форумах, змістові коментарі до фахових дискусій, сформовані з інформаційного ресурсу. Для адміністративних підрозділів прикладом може бути роз'яснення окремих питань щодо організації навчання у ВНЗ на проблемно-орієнтованих форумах у формі окремих статей чи коментарів у дискусіях, що ведуться.

Далі на схемі (рис. 2) показано етапи трансформації інформації у процесі інформаційної діяльності ВНЗ.

Зазначимо, що у пропонованій схемі інформаційний ресурс відіграє роль інформаційного джерела для генератора [12].

Визначимо групи спеціальних характеристик підрозділів, є важливими у контексті організації інформаційної діяльності:

- організаційно-адміністративні характеристики;
- показники обсягів та інтенсивності формування інформаційного потенціалу;
- показники обсягів та інтенсивності формування інформаційного ресурсу;
- показники обсягів та інтенсивності інформаційної діяльності;
- соціально-комунікативні характеристики;
- характеристики тематики і змісту діяльності.

Отже, характеристики підрозділу опишемо як кортеж:

$$Dp\_Ch(Dep_i) = \langle DO(Dep_i), DP(Dep_i), DR(Dep_i), DA(Dep_i), DC(Dep_i), DT(Dep_i) \rangle, \quad (2)$$

де

$$DO(Dep_i), DP(Dep_i), DR(Dep_i), DA(Dep_i), DC(Dep_i), DT(Dep_i)$$

– відповідні групи характеристик.

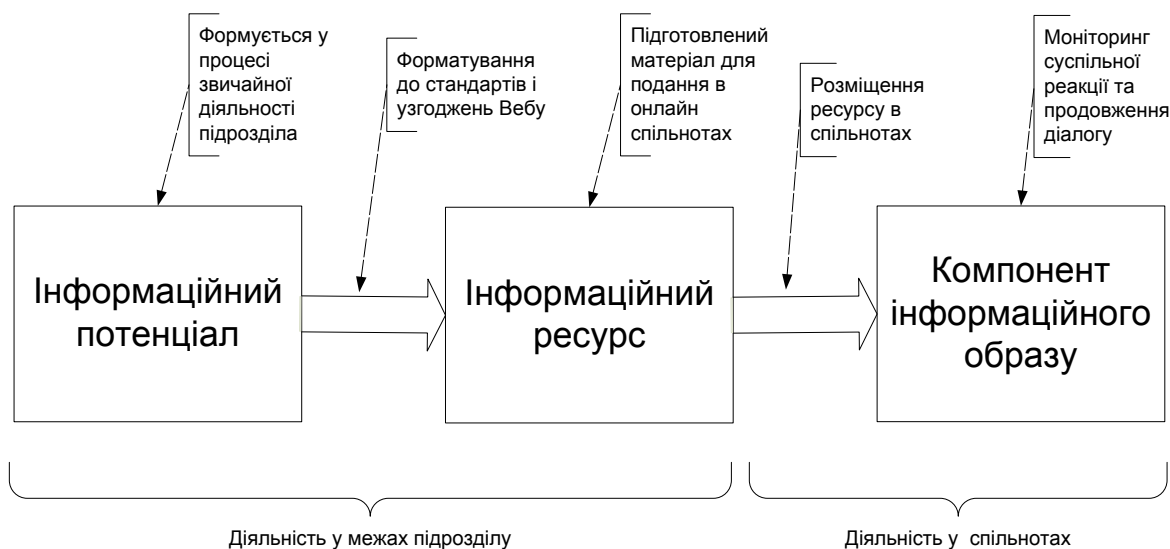


Рис. 2. Етапи трансформації інформації

**4. 1. Організаційно-адміністративні характеристики**

Організаційно-адміністративні характеристики підрозділів вказують на роль та місце підрозділу в системі діяльності ВНЗ. Зазначимо, що під «підрозділом» розуміємо також автономні організаційні структури, афілійовані до ВНЗ.

Виділимо такі характеристики (табл. 1):

Таблиця 1

Організаційно-адміністративні характеристики віртуальної спільноти (група DO)

Показник	Позначення	Домен	Коментар
Тип підрозділу	DOT	Список типів	(підрозділ ВНЗ, філія, коледж..громадська організація)
Характер підрозділу	DOCh	Список типів	(науковий, навчальний, адміністративний...)
Керованість ВНЗ	DOM	[0..1]	[поза впливом ВНЗ ... повністю керований]
Інформаційна задіяність у формуванні образу ВНЗ	DOIn	[0..1]	[невід’ємна частина ІО ВНЗ... не бере участі]
Кількість працівників	DOE	Натуральне число	Без врахування допоміжного персоналу

Наведені у табл. 1 характеристики є основою для визначення комплексного показника **асоційованості підрозділу** у ВНЗ. Цей показник доцільно використовувати у виразах для обчислення сумарної ефективності інформаційної діяльності ВНЗ із урахуванням того факту, що важливість кожного підрозділу для загального інформаційного образу є різною.

$$DepAs(Dep_i) = \frac{DOM(Dep_i)DAU^{(DOM)} + DOIn(Dep_i)DAU^{(DOIn)} + AsCh(DOT(Dep_i))DAU^{(DOT)}}{DAU^{(DOM)} + DAU^{(DOIn)} + DAU^{(DOT)}}, \quad (3)$$

де

$$0 \leq DAU^{(DOM)}, DAU^{(DOIn)}, DAU^{(DOT)} \leq 1$$

– відповідні вагові коефіцієнти для характеристик,  $AsCh(DOT(Dep_i))$  – числова функція, що відображає асоційованість того чи іншого типу. Очевидно, що:

$$0 \leq DepAs(Dep_i) \leq 1. \quad (4)$$

Верхнє значення характерне для підрозділів, що є повноцінними структурними одиницями ВНЗ, однак яким не притаманний автономний інформаційний образ. Проміжні значення характерні для підрозділів, котрі володіють автономністю і можуть розглядатися суспільством як окремі від ВНЗ суб’єкти [13].

У табл. 2 наведено орієнтовні значення коефіцієнта асоційованості для окремих типів підрозділів  $AsCh(DOT(Dep_i))$ .

Таблиця 2

Орієнтовні значення коефіцієнта  $AsCh(DOT(Dep_i))$

Тип підрозділу	Значення	Коментар
Кафедри, наукові лабораторії	1	
Деканати, адміністрація ВНЗ	1	
Господарські та виробничі служби	1	
Наукові групи	0,8	Неформальний колектив науковців ВНЗ
Дочірні організації (коледжі, філії)	0,4-0,8	Залежно від статутних відносин
Служби організації студентського побуту	0,7	Студмістечко, студ-клуб тощо
Супутні наукові організації	0,5	Наукові товариства, клуби
Супутні громадські та професійні організації	0,4	Профспілки, художні та спортивні гуртки тощо

**4. 2. Показники обсягів та інтенсивності формування інформаційного потенціалу та образу**

Кількісні показники інформаційного потенціалу підрозділів описують наявний у підрозділів матеріал, який може використовуватись у процесі інформаційної діяльності. Фактично, це основний базовий ресурс, який може бути розміщений у генераторах для подальшого опрацювання спільнотами та формування цілісного образу ВНЗ. Показники інтенсивності вказують на динаміку формування нових матеріалів, які входять до інформаційного потенціалу.

Кількісні показники інформаційної діяльності підрозділів описують створений підрозділами контент, який розміщено в соціальних середовищах у процесі інформаційної діяльності. Фактично, це складова інформаційного образу ВНЗ, яка розміщена у генераторах. Показники інтенсивності вказують на динаміку розміщення нових матеріалів, які формують інформаційний образ.

Під час формування системи кількісних показників інформаційного потенціалу важливо визначити базові одиниці, у яких і вимірюється інформаційний потенціал. Інформаційний потенціал є не просто набором текстових та мультимедійних даних, а матеріалом для організації комунікації в соціальних середовищах Інтернету. Зважаючи на цей факт, базовими мірами необхідно вибирати вимірники, характерні для комунікаційних середовищ. Причому кількість інформації в традиційних вимірниках (кілобайти, мегабайти тощо) не є достатньо якісним показником, адже головною характеристикою атомарних елементів є не певний контрольний розмір у байтах, а завершеність елемента як соціально-комунікаційного повідомлення.

Виділимо два основні варіанти:

- розгорнуте повідомлення (стаття) – аналог початку дискусії у форумі або запису в блозі, статті у вікі-середовищі або невеликої статті у друкованому ЗМІ тощо;
- змістовна репліка (коментар) – аналог окремого допису в дискусії форуму, коментаря на блозі, правки у вікі-середовищі, короткого повідомлення у друкованому ЗМІ тощо.

Таблиця 4

Показники обсягів та інтенсивності формування інформаційного образу (група DI)

Показник	Позначення	Домен	Коментар
Обсяги інформаційного образу			
Кількість дискусій, розпочатих підрозділом	DIDC	Натуральне число	Включно з дискусіями на сервісах класу YouTube
Кількість коментарів у дискусіях	DICC	Натуральне число	
Інтенсивність формування інформаційного образу			
Середня кількість нових дискусій, розміщених за добу	DIDI	число	Можливі дробові показники, переважно в діапазоні [0,1]
Середня кількість нових коментарів, розміщених за добу	DICI	число	Можливі дробові показники, переважно в діапазоні [0,1]

Такий підхід дає змогу коректно зіставляти між собою окремі однотипні показники потенціалу та образу, що дасть можливість аналізувати ефективність використання інформаційного потенціалу.

Далі, формуючи систему показників, вказуватимемо, який саме з варіантів для формування міри застосовується.

Окремого дослідження також потребує завдання відбору матеріалів інформаційного потенціалу з усього наявного у підрозділі контенту [14].

Далі у табл. 3 зведено пропонувані набір показників обсягу.

Таблиця 3

Показники обсягу та інтенсивності формування інформаційного потенціалу та інформаційного ресурсу (групи DP та DR)

Показник	Позначення (потенціал, ресурс)	Домен	Коментар
Обсяги інформаційного потенціалу та ресурсу			
Кількість статей	DPDC, DRDC	Натуральне число	
Кількість коментарів	DPCC, DRCC	Натуральне число	Рецензії, відгуки, роз'яснення
Кількість змістових мультимедіа-об'єктів	DPFC, DRFC	Натуральне число	Інформативні схеми, діаграми, відеоуроки тощо
Інтенсивність формування інформаційного потенціалу та ресурсу			
Середня кількість нових статей за добу	DPDI, DRDI	число	Можливі дробові показники, переважно в діапазоні [0,1]
Середня кількість нових коментарів за добу	DPCI, DRCI	число	Можливі дробові показники, переважно в діапазоні [0,1]
Середня кількість нових мультимедіа-об'єктів за добу	DPFI, DRFI	число	Можливі дробові показники, переважно в діапазоні [0,1]

У (табл. 4) запропоновано набір кількісних характеристик інформаційної діяльності підрозділу. **Величини, що використовуються, враховують лише той контент, що сформовано на основі інформаційного ресурсу.** Таке обмеження необхідне, щоб уникнути можливих завищень показників унаслідок нетематичної активності працівників підрозділу в соціальних середовищах.

Виділені дві групи характеристик є однотипними, за винятком того, що мультимедіа-об'єкти, що існують у потенціалі, у процесі публікації в соціальних середовищах використовуються як коментарі або окремі теми. Окремим випадком таких тем є розміщення на мультимедіа-сервісах типу Youtube, що розглядається як запис у відеоблозі.

Указані характеристики є основою для визначення синтетичних показників **повноти подання підрозділу та повноти інформаційної діяльності** у соціальних середовищах, які є індикаторами достатньої активності підрозділу з публікації наявного та нового інформаційного потенціалу. Для формального визначення цих показників уводять ще додаткові показники.

Коефіцієнт опублікованості ресурсу підрозділу відображає, яка частка з підготованих до публікації ресурсів опублікована в соціальних середовищах Інтернету:

$$K_{dir}(Dep_i) = \frac{DIDC(Dep_i) + DICC(Dep_i)}{DRDC(Dep_i) + DRCC(Dep_i) + DRFC(Dep_i)} \quad (5)$$

Коефіцієнт готовності до подання підрозділу відображає, яка частка з наявних у підрозділі ресурсів підготована до публікації в Інтернеті:

$$K_{dir}(Dep_i) = \frac{DIDC(Dep_i) + DICC(Dep_i)}{DRDC(Dep_i) + DRCC(Dep_i) + DRFC(Dep_i)} \quad (6)$$

Коефіцієнт інтенсивності публікації ресурсу підрозділу відображає достатність поточної роботи підрозділу з публікації наявних матеріалів інформаційного ресурсу

$$K_{dir}(Dep_i) = \frac{DIDI(Dep_i) + DICI(Dep_i)}{DRDI(Dep_i) + DRCI(Dep_i) + DRFI(Dep_i)} \quad (7)$$

Коефіцієнт інтенсивності підготовки ресурсу підрозділу відображає достатність поточної роботи підрозділу з підготовки інформаційного ресурсу з нових матеріалів інформаційного потенціалу.

$$K_{dir}(Dep_i) = \frac{DIDI(Dep_i) + DICI(Dep_i)}{DRDI(Dep_i) + DRCI(Dep_i) + DRFI(Dep_i)} \quad (8)$$



Підсумування окремих кількостей статей та коментарів у знаменнику та чисельнику в формулах обчислення коефіцієнтів допустиме, оскільки на практиці можливе використання статей як коментарів, і навпаки. Така заміна є природною і пояснюється необхідністю адаптувати виклад матеріалу під конкретну комунікаційну ситуацію.

Враховуючи етапи формування інформаційного образу, очевидно, що:

$$0 \leq K_{dir}(Dep_i), K_{drp}(Dep_i),$$

$$K_{dir}(Dep_i), K_{drp}(Dep_i) \leq 1. \tag{9}$$

Запропоновані вище коефіцієнти дають змогу визначити показники **повноти подання підрозділу та достатності його активності**.

Показник повноти подання підрозділу відображає, наскільки повно використано наявні у підрозділу матеріали у його компоненті інформаційного образу. Показник обчислимо за формулою (10):

$$KF(Dep_i) = K_{dir}(Dep_i) * K_{drp}(Dep_i). \tag{10}$$

Показник достатності активності підрозділу відображає, наскільки активно проводиться діяльність з розміщення нових матеріалів підрозділу в його компоненті інформаційного образу. Показник обчислюємо за формулою (11):

$$KFi(Dep_i) = K_{dir}(Dep_i) * K_{drp}(Dep_i). \tag{11}$$

Похідним від показника  $KFi(Dep_i)$  є **показник інформаційних втрат**:

$$KLi(Dep_i) = 1 - KFi(Dep_i), \tag{12}$$

який відображає, наскільки ефективним є процес трансформації інформації від потенціалу до компоненти образу. Очевидно, що ідеальний випадок  $KLi(Dep_i) = 0$  для більшості підрозділів практично недосяжний. Проте саме зменшення втрат  $KLi(Dep_i) \rightarrow \min$  є однією із задач, що розв'язується у процесі підвищення ефективності інформаційної діяльності та управління нею.

Пропоновані показники є важливими індикаторами достатності залучення підрозділу в загальний процес інформаційної діяльності ВНЗ. Вони повинні використовуватися в методах та алгоритмах управління інформаційною діяльністю ВНЗ. Самі по собі ці показники уже дають змогу оцінити діяльність підрозділу. Для цього, зокрема, можна використати матрицю  $KF * Kfi$  з обчисленими значеннями та рекомендаціями для кожної комірки. Схематично цей підхід відображено далі на рис. 3.

Для кожної із зон, наведених на рис. 3, доцільно формувати окремі рекомендації щодо діяльності підрозділу. Якщо необхідно, можливе збільшення кількості зон, їхня деталізація [15].

### 4. 3. Соціально-комунікативні характеристики

Соціально-комунікативні характеристики підрозділів описують підрозділ як колектив, здатний виконувати конкретні завдання з комунікації в соціальних середовищах Інтернету.

Виділимо соціально-комунікативні характеристики (табл. 5).

Під «авторитетними» профілями пропонуємо розуміти профілі користувачів, які зареєстровані уже тривалий час (не менше від двох років), мають велику кількість змістових дописів (не менше від кількох сотень) та цитувань (не менше ніж кілька десятків), а також чітку персональну прив'язку до працівника підрозділу.

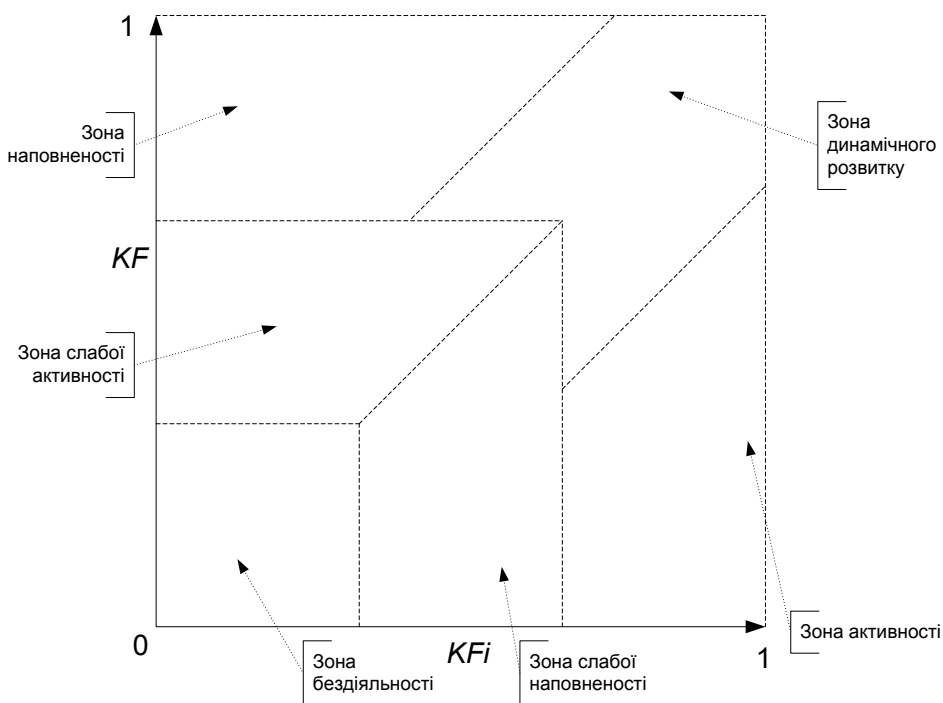


Рис. 3. Співвідношення між повнотою та інтенсивністю інформаційної діяльності

Багато підрозділів сьогодні практикують «колективне представництво», коли під одним профілем подається увесь підрозділ. На практиці такий підхід є морально застарілим та доволі складним в управлінні. Пропонується враховувати такі профілі лише за умови безпосередньої персональної відповідальності одного з працівників за профіль (наприклад, секретар кафедри відповідає за інформацію, створену з-під профілю «Кафедра ...»).

Показники цієї групи доцільно використовувати для аналізу можливостей та обсягів залучення підрозділу до загальної діяльності ВНЗ з формування інформаційного образу. Окрім того, показники відображають здатність колективу підрозділу брати участь у заходах із захисту інформаційного образу ВНЗ від агресивних дій у соціальних середовищах Інтернету [16].

Таблиця 5

Соціально-комунікативні характеристики віртуальної спільноти (група DC)

Показник	Позначення	Домен	Коментар
<b>Технічні компетенції</b> (усереднено для колективу, що бере участь у інформаційній діяльності)			
Базові навички з використання соціальних середовищ (доступ, пошук тощо)	DCCU	[0..1]	[досконалі... відсутні]
Навички зі спілкування в соціальних мережах	DCCC	[0..1]	[досконалі... відсутні]
Навички з форматування та оформлення матеріалів	DCCF	[0..1]	[досконалі... відсутні]
<b>Комунікативні навички</b> (усереднено для колективу, що бере участь у інформаційній діяльності)			
Навички з дискусійного спілкування на форумах	DCCD	[0..1]	[досконалі... відсутні]
Навички з формального дискусування у Вікіпедії та подібних сервісах	DCCW	[0..1]	[досконалі... відсутні]
Навички з модерування спільнот	DCCM	[0..1]	[досконалі... відсутні]
<b>Мережева авторитетність</b>			
Наявність профілів у соціальних середовищах	DCPU	[0..1]	Частка від колективу
Наявність авторитетних профілів у соціальних середовищах	DCPA	[0..1]	Частка від колективу

4. 4. Характеристики тематики і змісту діяльності

Ця група характеристик підрозділів описує підрозділ як колектив, що здійснює діяльність та володіє певними компетентностями у визначених тематичних напрямках.

Виділимо характеристики змісту і тематики діяльності:

Виділимо такі основні напрями діяльності ВНЗ з проекцією на інформаційну активність:

- освітня комунікація;
- ділова (адміністративна) комунікація зі студентами;
- робота з абітурієнтами та маркетинг освітніх послуг;
- наукова комунікація та маркетинг наукових результатів;
- адміністративна діяльність та контроль за діяльністю персоналу;

- господарська діяльність;
- громадська, культурна та спортивна діяльність.

Загальний тематичний розділ ґрунтується на класифікаторах освітньої діяльності. За основу можна брати українські, достатньо глибоко опрацьовані класифікатори освітніх напрямів. Універсальнішим вважають класифікатор, що використовує ЮНЕСКО у задачах аналізу та збору статистичних освітніх даних.

Таблиця 6

Характеристики тематики і змісту діяльності

Показник	Позначення	Домен	Коментар
Основні напрями підрозділу	DTDr	Список значень	Кілька елементів (не більше ніж 3)
Загальний тематичний розділ	DTTh	Список значень	Для освітніх напрямів на основі класифікатора МСКО ЮНЕСКО [7]
Уточнений тематичний розділ	DTTD	Список значень	Для широких тематичних розділів за внутрішньою класифікацією
Перелік релевантних термінів	DTTL	Список термінів	На основі колаборативних термінологічних баз (передусім чергу Вікіпедія)

Проте для інших (не освітніх) підрозділів класифікатор повинен бути розширений на відповідні напрями діяльності (можливо, об'єднанням з наявними класифікаторами).

Окремі освітні тематики в наявних класифікаторах надто загальні й охоплюють дуже широкий спектр тематик, що зумовлює необхідність введення ще одного, детальнішого класифікатора, який повинен бути розроблений у ВНЗ.

Перелік релевантних термінів пропонується формувати на основі відомих колаборативних онлайн-енциклопедій, насамперед Вікіпедії. Формально перелік термінів у таких енциклопедіях є доволі невдалим з погляду наукової термінології. Проте на практиці такі терміни відображають бачення проблемної області соціумом, що дозволяє відразу адаптувати інформаційний потенціал ВНЗ до усталеної у соціумі системи термінів [17].

5. Висновки

У статті проаналізовано процес формування інформаційного образу як керованого з боку ВНЗ, визначено три основні етапи процесу та відповідні продуктовані на цих етапах інформаційні масиви (потенціал, ресурс, образ).

Враховуючи, що саме підрозділи є основним виконавцем завдань з формування інформаційного образу ВНЗ, здійснено формальний опис та систематизацію комплексу базових характеристик підрозділів ВНЗ як виконавців завдань з формування інформаційного образу. Такий опис являє собою набір тематично групованих показників підрозділів з визначеними множинами визначення та уніфікованою системою позначень. Це дозволило перейти до окремих інтегрованих показників, що дозволяють приймати ад-

міністративно-управлінські рішення щодо вдосконалення процесу формування інформаційного образу, зокрема в частині підвищення ефективності діяльності підрозділів.

Окрім суто числових показників, запроновано окремі групи базових характеристик для комплексного опису підрозділів як суб'єктів інформаційної діяльності. Це, зокрема: організаційно-адміністративні характеристики; соціально-комунікативні ха-

рактеристики; характеристики тематики і змісту діяльності.

Отримана в роботі система показників є формально-теоретичним базисом для побудови людино-машинних методів та алгоритмів управління інформаційною діяльністю ВНЗ на рівні адміністрації, комплексного обліку результатів діяльності, формального опису стратегій формування інформаційного образу ВНЗ.

#### Література

1. Пелецишин, А. М. Визначення комплексу показників віртуальної спільноти для вищих навчальних закладів [Текст] / А. М. Пелецишин, Р. О. Корж, О. Р. Трач // Східно-Європейський журнал передових технологій. – 2014. – Т. 2, № 2 (68). – С. 16-23. doi: 10.15587/1729-4061.2014.21867
2. Федушко, С. Особливості визначення та опису соціально-демографічних характеристик у соціальних комунікаціях [Текст]: зб. наук. пр. / С. Федушко; ред. Ю. М. Рашкевич // Вісник Національного університету «Львівська політехніка» Комп'ютерні науки та інформаційні технології. – 2011. – № 694. – С. 75-85.
3. Fedushko, S. The verification of virtual community member's socio-demographic characteristics profile [Text] / S. Fedushko, O. Peleschyshyn, A. Peleschyshyn, Yu. Syerov // Advanced Computing: An International Journal (ACIJ). – 2013. – Vol. 4, Issue 3. – P. 29-38. doi: 10.5121/acij.2013.4303
4. Афанасьев, Д. М. Специфіка типологізації віртуальних спільнот у соціологічній практиці [Текст] / Д. М. Афанасьев // Наукові праці. Соціологія. – 2011. – Вип. 165, Т. 177. – С. 28-31.
5. Кудрявцева, С. П. Міжнародна інформація [Текст]: навч. пос. / С. П. Кудрявцева, В. В. Колос. – К.: Видавничий Дім «Слово», 2005. – 400 с.
6. Щербина, В. Соціальні риси мережевих спільнот [Текст] / В. Щербина // Соціальна психологія. – 2005. – № 2 (10). – С. 139-149.
7. Lin, H.-F. Determinants of successful virtual communities: Contributions from system characteristics and social factors [Text] / H.-F. Lin // Information & Management. – 2008. – Vol. 45, Issue 8. - P. 522–527. doi: 10.1016/j.im.2008.08.002
8. Федушко, С. С. Формування системи лінгво-комунікативних індикаторів соціально-демографічних характеристик Web-учасників [Текст] / С. С. Федушко, Г. І. Білуцак // Інформаційні технології управління. Управління розвитком складних систем. – 2014. - № 18. – С. 112-122.
9. Fedushko, S. Design of registration and validation algorithm of member's personal data [Text] / S. Fedushko, Yu. Syerov // International Journal of Informatics and Communication Technology (IJ-ICT). – 2013. - Vol. 2, Issue 2. - P. 93-98. doi: 10.11591/ij-ict.v2i2.3960
10. Пелецишин, О. П. Тематика та релевантність онлайн-спільнот у задачах інтернет-маркетингу. Проблеми економіки та управління [Текст]: зб. наук. пр. / О. П. Пелецишин, Ю. О. Серов; ред. Й. М. Петрович. – Львів: Видавництво Національного університету «Львівська політехніка», 2010. – С. 151–156.
11. Корж, Р. О. Формалізація процесу формування інформаційного образу ВНЗ в соціальних середовищах Інтернету [Текст] / Р. О. Корж, А. М. Пелецишин // Східно-Європейський журнал передових технологій. – 2013. – Т. 5, № 3 (65). – С. 4–8. – Режим доступу: <http://journals.urau.ua/eejet/article/view/18454/16251>
12. Корж, Р. О. Аналіз сучасних видів та методів інформаційної діяльності ВНЗ в Інтернеті [Текст] / Р. О. Корж, А. М. Пелецишин // Східно-Європейський журнал передових технологій. – 2013. – Т. 2, № 2 (62). – С. 62-65. – Режим доступу: <http://journals.urau.ua/eejet/article/view/12360/10248>
13. Parker, M. V. An evaluation of Information quality frameworks for the World Wide Web [Text] / M. V. Parker, V. Moleshe, R. De la Harpe, G. V. Wills // Proceedings of the 8th Annual Conference on WWW Applications. – Bloemfontein, Free State Province, South Africa: Cape Peninsula University of Technology, 2006. – P. 1-11.
14. Пересмотр Международной стандартной классификации образования (МСКО) [Текст] / Генеральная конференция, 36-я сессия, Париж, 2011.
15. User-Created-Content: Supporting a participative Information Society. Final report, commissioned by the EU [Electronic resource] / F. Le Borgne-Bachschmidt, S. Girieud, M. Leiba et. al. - IDATE-TNO-IViR, 2008. – 302 p. – Available at: [http://ec.europa.eu/information\\_society/europe/i2010/docs/studies/ucc-final\\_report.pdf](http://ec.europa.eu/information_society/europe/i2010/docs/studies/ucc-final_report.pdf)
16. Гуржий, А. Н. Информационно-аналитические модели управления техническими высшими учебными заведениями [Текст] / А. Н. Гуржий, В. С. Кривцов, А. С. Кулик, Е. В. Мирная, Н. В. Нечипорук, А. Г. Чухрай. – Харьков: Нац. аэрокосм. ун-т «Харьковский авиационный институт», 2004. – 387 с.
17. Стеценко, І. В. Імітаційне моделювання системи управління навчальним процесом ВНЗ з використанням об'єктно-орієнтованого підходу [Текст]: тези доповідей / І. В. Стеценко // П'ята науково-практична конференція з міжнародною участю «Математичне та імітаційне моделювання систем МОДС'2010». – Київ, 2010. – С. 134-135.