

кількість тих, хто змінив думку; кількість тих, хто змінив ставлення; кількість тих, хто поводить відповідно до змісту послання; кількість тих, хто повторює бажану поведінку; досягнення мети й/ або вирішення проблеми; соціальна/ культурна зміна [6]. Досягнення кожного наступного шабля цієї піраміди поступово ускладнюється. Найчастіше для оцінки впливу використовуються різні види опитувань, які точніше демонструють, якого шабля досягла PR-комунікація.

Загальна мета PR-діяльності формулюється як створення умов для успішного розвитку компанії, збільшення її прибутковості. До таких основних умов належать розуміння дій компанії, повага й довіра до неї основних груп громадськості. Отже, головним завданням є організація інформаційного обміну таким чином, щоб реалізація інтересів компанії не мала опору, а протиріччям вчасно запобігали, перетворюючи розрізнені групи громадськості в лояльні спільноти.

Перспективою подальших досліджень є визначення та обґрунтування соціокультурних засад згуртування мас і розробка методичної бази створення PR-технологій.

Список літератури

1. Грушин Б. А. Массовое сознание: Опыт определения и проблемы исследования / Борис Грушин. — М. : Политиздат, 1987. — 368 с.
2. Почепцов Г. Г. Паблик рилейшнз для профессионалов / Георгий Георгиевич Почепцов. — К., 1996. ПРЕСС, 1997. — 256 с.
3. Управление общественными отношениями : учеб. / под общ. ред. Комаровского В. С. — М. : Изд-во РАГС, 2003. — 400 с.
4. Евгеньева Т. В. Технологии социальных манипуляций и методы противодействия им. Спецкурс по политической психологии / Татьяна Васильевна Евгеньева. — СПб. : Питер, 2007. — 112 с.
5. Почебут Л. Г. Социальные общности. Психология толпы, социума, этоса / Людмила Георгиевна Почебут. — СПб. : Изд-во С.-Петербур. ун-та, 2005. — 284 с.
6. Катлип Скотт М. Паблик рилейшенз: теория и практика : учеб. пособ. / Скотт М. Катлип, Аллен Х. Центер, Глен М. Брум. — 8-е изд. — М.; СПб; К. : Вильямс, 2003. — 614 с.

Надійшла до редколегії 13.04.2010 р.

УДК 35: 004: 078.2

В. Ю. СТЕПАНОВ

ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ ЯК ЗАСІБ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОМУНІКАЦІЙ У ДЕРЖАВНОМУ УПРАВЛІННІ

Проаналізовано заходи щодо впровадження інформаційних технологій у діяльність органів державної влади для забезпечення комунікацій у системі державного управління.

Ключові слова: інформаційні технології, державне управління, комунікації, суспільство, людина.

Проанализированы мероприятия по внедрению информационных технологий в деятельность органов государственной власти для обеспечения коммуникаций в системе государственного управления.

Ключевые слова: *информационные технологии, государственное управление, коммуникации, общество, человек.*

The analysis of measures is conducted on introduction of information technologies in activity of public authorities for providing of communications in the system of state administration.

Key words: *information technologies, state administration, communications, society, man.*

Основною метою використання інформаційних технологій у державному управлінні є підвищення ефективності механізмів державного управління на основі створення загальної інформаційно-технологічної інфраструктури, що включає державні інформаційні системи і ресурси, а також засоби, які забезпечують їх функціонування, взаємодію між собою, населенням і організаціями в рамках надання державних послуг. У зв'язку з цим державна політика у сфері використання сучасних інформаційних технологій покликана забезпечити координацію діяльності органів державної влади по створенню державних інформаційних систем і підвищенню ефективності бюджетних витрат у цій сфері. Визначення пріоритетів у використанні інформаційних технологій у діяльності органів державної влади повинне здійснюватися на основі оцінки можливості отримання значущого соціально-економічного результату й обсягу відповідних ресурсів. Таким чином, пріоритети у використанні інформаційних технологій у сфері державного управління сучасного суспільства є актуальними завданнями соціально-економічного розвитку країни.

Мета статті — проаналізувати заходи щодо впровадження сучасних інформаційних технологій у діяльність органів державної влади.

Інформатизація — це перехід суспільства в якісно новий стан, вихід на нові історичні рубежі, що називаються інформаційним суспільством. Відповідно, інформаційне суспільство — об'єктивно виникаюча в історичному процесові стадія суспільного розвитку [2]. Становлення нового суспільства таким чином є результатом повільної еволюції, під час якої технологічний і господарський прогрес втілюється не стільки в нарощуванні обсягу вироблених благ, скільки в зміні ставлення людини до самої себе та свого місця в оточуючому світі [1].

Питання інформації та державного управління, взаємозв'язків держави й інформаційної сфери певною мірою розглядали філософи, державознавці, економісти, соціологи. Особливо слід підкреслити внесок у розробку означеної проблеми таких провідних учених, як В. Б. Авер'янов, Г. В. Атамчук, В. Г. Афанасьєв, О. М. Бандурка, В. Д. Бакуменко, І. Л. Бачило, Д. Белл, А. І. Берг, Ю. П. Битяк, М. С. Вертузаєв, В. М. Глушков, А. О. Дегтяр, Ф. Є. Емері, В. В. Зуй, Р. А. Калюжний,

М. Кастельс, Ю. М. Козлов, А. П. Коренєв, В. Г. Машликін, Дж. Міллер, В. А. Мінаєв, В. С. Михалевич, Ю. А. Нісневич, А. М. Омаров, В. Ф. Опришко, Г. І. Петров, Г. Г. Почепцов, Г. Х. Попов, Е. П. Семенюк, І. В. Сергієнко, Д. Н. Узнадзе, А. Д. Урсул, С. А. Чукут, М. Я. Швець, Г. В. Щьокін, В. В. Цветков, Л. П. Юзьков, І. І. Юзвішин та ін.

Нині для України нагальною залишається проблема вибору механізмів для організації відкритого комунікативного дискурсу як засобу демократизації та консолідації суспільства. Аналіз тенденцій розвитку відносин між владою, засобами масової інформації, їх власниками та громадськістю свідчить, що застосування ліберально-ринкових інструментів для трансформації тоталітарної моделі не змогло повною мірою забезпечити виконання українськими засобами масової інформації функцій ефективного каналу політичної комунікації.

Е-демократія являє собою використання інформації, технологій зв'язку і стратегій державними інституціями, парламентарями, медіа, політичними організаціями, громадянами в межах політичного й управлінського процесів локальних суспільств, країни в цілому і на міжнародній арені. Багато в чому, е-демократія припускає, що ширшою та активнішою участь громадянина стала можливою завдяки Інтернету, мобільному зв'язку та іншим технологіям представницької демократії, а також через більш партисипаторні чи прямі форми участі громадянина у вирішенні суспільних проблем.

У сучасних умовах інформаційні системи та інформаційні технології, які є технологічними процесами, що охоплюють інформаційну діяльність управлінських працівників, пов'язану з підготовкою і прийняттям управлінських рішень. Формування і рівень розвитку ринку інформації, інформаційних ресурсів, інформаційного простору в цілому є основою і однією з визначальних характеристик розвитку будь-якої соціально-економічної (господарської) системи як на макро-, так і на мікрорівні. Сферою використання інформаційних технологій у державному управлінні є три напрями: відповідно до комунікаційних потреб організації: потреби в інформації, власні комунікаційні потреби та потреба в спілкуванні з громадськістю [3].

Серед завдань, що необхідно вирішити на шляху забезпечення комунікацій засобами інформаційних технологій, постають такі:

- дослідження основних напрямів розвитку українського ринку інформаційних продуктів і послуг;
- проведення аналізу сутності й особливостей інформаційних технологій;
- основні етапи розробки державної інформаційної політики.

Сучасні програмні продукти відрізняються високою технологічністю і нині на ринку програмного забезпечення в умовах жорсткої конкуренції працюють великі державні установи-розробники. При цьому важливим науковим та практичним завданням на цьому етапі є постійний

моніторинг тенденцій змін і перспектив розвитку ринку інформаційних продуктів та послуг.

Основною створення інформаційних продуктів є безпосередньо інформаційні ресурси. При цьому за своєю суттю будь-який інформаційний продукт відображає інформаційну модель його виробника й утілює його власне уявлення про конкретну предметну сферу, для якої він створений.

Інформаційний продукт є результатом інтелектуальної та інформаційної діяльності людини, представленої на ринку інформаційними товарами і послугами. При цьому цей вид продукту має бути зафіксований на матеріальному носіїв будь-якої фізичної властивості у формі статей, оглядів, програм, книг та ін. документів.

Як і будь-яка інша матеріальна продукція, в процесі реалізації на ринку інформаційний продукт може розповсюджуватися за допомогою послуг. У цьому разі поряд із традиційними видами послуг, що є результатом невиробничої діяльності суб'єкта господарювання, спрямованим на задоволення потреб людини або організації у використанні різних продуктів, слід окремо виділити інформаційні послуги.

Інформаційна послуга є здійсненням у вказаній законом формі інформаційної діяльності по доведенню інформаційної продукції до споживачів з метою задоволення їх інформаційних потреб. Основними видами інформаційної діяльності в такому разі є отримання, використання, розповсюдження, передача і зберігання інформації. Підготовку і надання інформаційних продуктів здійснюють спеціалізовані інформаційні державні установи [4, с. 403].

Надання інформаційних послуг передбачає отримання розпорядження користувача інформаційних продуктів, що оформляється за допомогою укладання угоди (договору) між наданням і використанням послуг стороною. Перелік послуг визначається обсягом, якістю, предметною орієнтацією по сфері використання інформаційних ресурсів і створюваних на їх основі інформаційних продуктів.

Слід зважати й на те, що виникнення інформаційних послуг можливе тільки за наявності баз даних у комп'ютерному або некомп'ютерному варіанті. Під базою даних розуміється сукупність даних, правила організації яких ґрунтуються на загальних принципах опису, зберігання і маніпулювання даними.

Бази даних є джерелом та своєрідним напівфабрикатом у процесі підготовки інформаційних послуг відповідними службами. Бази даних, хоча вони так і не називалися, існували й до комп'ютерного періоду в бібліотеках, архівах, фондах, довідкових бюро й інших подібних організаціях. У них є різні відомості про події, явища, об'єкти, процеси, публікації та ін. Розвиток комп'ютерних технологій суттєво збільшив обсяги баз даних, що зберігаються, і відповідно розширив спектр інформаційних послуг.

У цілому зміст інформаційної послуги визначається, в першу чергу, характером інформації, що надається користувачеві. Загалом етапи надання інформаційної послуги можна представити на прикладі формування пакета нормативних документів замовника.

При цьому важливими складовими процесу надання інформаційних послуг є інформаційні ресурси, їх вартість, суб'єкти володіння, а також попит і пропозиція даних ресурсів. Як і для традиційних видів ресурсів і товарів, для інформаційних ресурсів існує ринок інформаційних продуктів та послуг.

Ринок інформаційних продуктів і послуг (інформаційний ринок) є системою економічних, правових і організаційних відносин по торгівлі продуктами інтелектуальної праці на комерційній основі.

Формування стійкого ринку інформаційних послуг почалося з середини 50-х рр. У цей період основними постачальниками інформаційних послуг були виключно інформаційні служби академічних, професійних і науково-технічних товариств, державних установ, навчальних закладів. При цьому достатньо вузьким було коло споживачів — вчені і фахівці у галузі науки і техніки.

Слід відзначити, що до середини 80-х рр. провідне місце на ринку інформаційних послуг зі значним відривом від інших країн посідали США. Причому державна політика була зорієнтована на підвищення ролі ринку і обмеження ролі держави. Із середини 80-х рр. Японія і країни Західної Європи наздогнали США багато в чому завдяки змішаному характеру економіки всієї індустрії інформації з переважанням державного сектора. Нині на інформаційному ринку намітилося відставання США від темпів зростання інформаційних послуг у Японії та інших країнах, що спонукало уряд США вжити певних заходів і скоректувати державну політику щодо збільшення державного регулювання і додаткового фінансування системи науково-технічних комунікацій.

Сучасний період інформаційного ринку характеризується бурхливим розвитком і динамічним зростанням. Подібна активна динаміка викликана в першу чергу розвитком сучасних високих інформаційних і комунікаційних технологій, а також загальними тенденціями переходу до глобального інформаційного суспільства.

Активно розробляються і впроваджуються нові технології, виробництво носіїв інформації, телекомунікаційних систем, мобільного зв'язку, електронного бізнесу. Виник новий термін — інформаційно-комунікаційні технології (ІКТ) — це весь спектр комп'ютерного і телекомунікаційного забезпечення, що сприяє найшвидшому перетворенню суспільства на інформаційне.

Серед двох основних тенденцій сучасних ІКТ слід відзначити той факт, що мобільний зв'язок та електронна комерція по-різному поширені в Європі й Америці.

В Україні на сьогоднішній день швидкими темпами відбувається формування ринку інформаційних продуктів і послуг. За останні роки

в країні суттєво зміцнилася техніко-технологічна база інформатизації, постійно зростає обсяг продажу засобів інформатизації, комп'ютерів, телекомунікаційного обладнання. Внесок галузей виробництва інформаційно-комунікаційних технологій і обсягу інформаційно-комунікаційних послуг в український ВВП нині складає вже приблизно 6%. Ринок інформаційно-комунікаційних технологій, один із основних і наймасштабніших сегментів ринку інформаційних продуктів та послуг, у цілому зберіг високі темпи зростання. Так, його обсяг у 2001 р. склав мінімум 2,012 млрд дол., а щорічний приріст залишається на рівні 5-6%. Щорічне споживання продуктів і послуг українського інформаційного ринку в середньорічному бюджеті середньостатистичного громадянина України становить 5,8-6%.

Уже у 2006-2009 рр. спостерігалось зростання ринку на 25-30%, тобто з 2001 р. цей показник збільшився в 5 разів. Це зумовлено тим, що в Україні ще не насичений ні споживчий, ні корпоративний ринки. Ринок послуг на сьогоднішній день також недостатньо розвинений, однак темпи його зростання великі, оскільки все більша кількість споживачів згодна платити велику ціну за якісні послуги і сервіс.

Слід відзначити, що всі останні новини у сфері ІТ-продукції потрапляють на український ринок одночасно з іншими країнами. Також достатньо активно розвиваються роздрібні мережі, приходять на ринок нові виробники, що у свою чергу зумовлює посилення конкуренції.

Швидко збільшується чисельність користувачів Інтернету й українських сайтів у ньому. Зростає й оборот українських Інтернет-компаній «нової Інтернет-економіки», які входять до загального блоку «інформаційних технологій».

Загальний прогноз по зростанню ринку інформаційно-комунікаційних технологій в Україні на 2007 р. було визначено на рівні 500-600 млн дол. У 2008 р., за оцінками консалтингової компанії «Комп'юс Україна», темпи зростання ринку тільки дротового широкосмугового доступу (ШСД) до Інтернету становитимуть 150% за кількістю абонентів і близько 70% за доходами. Загалом, за даними агентства, на кінець 2008 р. в Україні налічувалося близько 800 тис. користувачів ШСД з них близько 75 тис. — корпоративні. Обсяг ринку 170 млн дол. [6].

Розширюється сфера міжнародного інформаційного обміну. Відставання України від розвинених країн уже не таке драматичне, як це було на початку 90-х рр.: у сфері інфокомунікацій країна рухається в тому ж напрямі, що і багато країн ЄС.

Слід відзначити, що нині комп'ютеризовано багато галузей господарства, банківська сфера і сфера державного управління. В органах державної влади, а також у деяких регіонах проведена модернізація парку ЕОМ, розвивається система державних інформаційних ресурсів, у системі державного управління в цілому досягнута відносно висока насиченість інформаційними системами і телекомунікаційними мережами.

Нині на інформаційному ринку представлена певна номенклатура продуктів і послуг, яка характеризується умовами і механізмами їх надання, цінами. На відміну від торгівлі звичайними товарами, що мають матеріально-речову форму, на цьому ринку предметом продажу або обміну є інформаційні системи, інформаційні технології, ліцензії, патенти, товарні знаки, ноу-хау, інженерно-технічні послуги, різноманітна інформація та інші види інформаційних ресурсів.

Як було зазначено, основним джерелом інформації для інформаційного обслуговування в сучасному суспільстві є бази даних. Вони інтегрують у собі постачальників і споживачів інформаційних послуг, зв'язки та відносини між ними, порядок і умови продажу та покупки інформаційних послуг.

В економічній і науковій літературі поки відсутня єдина думка щодо інфраструктури інформаційного ринку. Під інфраструктурою інформаційного ринку розуміється сукупність секторів, кожний з яких об'єднує групу людей або організацій, які пропонують однорідні інформаційні продукти та послуги [5, с. 180].

Сектор науково-технічної інформації є найважливішим у загальній структурі системи науково-технічної інформації країни. Основною метою створення і розвитку цього сектора є підвищення ефективності використання результатів наукової і науково-технічної діяльності суспільства.

Найважливішим механізмом для реалізації цієї мети є, на наш погляд, створення системи обліку інформації про результати наукових досліджень і технологічних розробок, одержаних організаціями різної організаційно-правової форми і форми власності, а також забезпечення доступу до цієї інформації.

Основними елементами цієї системи є підсистеми реєстрації науково-технічної інформації і документації, реферативно-бібліографічного обслуговування, забезпечуючих ресурсів науково-технічної інформації, а також первинної НТІ, куди входять мережа електронних бібліотек, баз даних і довідково-інформаційні фонди. На поточний період бібліотечні фонди складають найстабільнішу складову українських інформаційних ресурсів.

Стосовно відділів науково-технічної інформації на підприємствах, в інститутах, конструкторських бюро слід відзначити, що за час проведення реформ і ринкових перетворень ця частина інформаційної інфраструктури зазнала найсуттєвіших змін. Значну частину з них було втрачено, оскільки підприємства самі вирішували питання, як їм вижити в економічно складний період. Однак є підстави вважати, що зі стабілізацією економіки ця ланка інформаційної інфраструктури почне відновлюватися.

Слід також відзначити, що специфічною межею структури інформаційного ринку є те, що стан і рівень його розвитку постають одночасно і результатом, і умовою функціонування ринкової економіки,

пов'язаної як з можливостями існуючих інформаційних технологій, так і з інформаційними потребами споживачів.

Різноманіття видів інформації зумовлює широке коло споживачів інформаційних продуктів і послуг. Унаслідок того, що на інформацію існує і споживацький, і виробничий попит, вона — предмет як індивідуального, так і виробничого користування. Однак на сьогоднішній день більшість інформаційних продуктів споживають саме підприємства, а не індивідуальні користувачі.

Зокрема, основними напрямками використання інформаційних ресурсів є: маркетингові дослідження, ділові консультації, технологія виробництва, оперативна управлінська інформація та ін. У свою чергу прямі закупівлі інформаційних продуктів і послуг населенням у розвинених країнах складають усього 8% від загального обсягу продажів інформаційного сектора.

В умовах високого рівня розвитку сучасних інформаційних технологій споживач має можливість робити вибір між традиційними і нетрадиційними способами надання інформації. Наприклад, уже в багатьох бібліотеках можна використовувати ручний або електронний каталог, замовляти ксерокопії необхідної журнальної статті або здійснювати пошуку у повнотекстових базах даних та ін.

Слід відзначити, що значну роль в інформаційному забезпеченні системи державного управління відіграють зарубіжні інформаційні служби і центри. З одного боку, інформація все більше набуває інтернаціонального характеру, з іншого — спостерігається тенденція західних інформаційних служб до опанування українського інформаційного ринку, чому сприяють розвиток телекомунікацій і доступність інформації, особливо по мережі Інтернет. Серед найкрупніших інформаційних служб світу слід відзначити такі, як CAS (хімія і хімічні технології), BIOSIS (біологія), INSPEC (фізика, обчислювальна техніка), INIS (фізика), MEDLARS (медицина), PASCAL (політематична) та ін.

Масштабна присутність західних інформаційних служб і агентств на українському ринку також викликана тим, що вітчизняні інформаційні продукти і послуги, які вже є на ринку, часто не задовольняють нинішні потреби підприємців. Слід відзначити значно кращу забезпеченість і рівень розвитку зарубіжних суб'єктів інформаційної інфраструктури. Так, за кордоном виходять друком численні періодичні видання, що відображають особливості інформаційних ресурсів і технологій їх обробки, новини й аналітику інформаційної сфери, а також розкривають ефективні способи споживання інформації.

У процесі формування цін на інформаційні продукти і послуги кожний виробник вирішує безліч питань: наскільки унікальна ця продукція, яка платоспроможність споживачів, яка структура ринку продукту та ін. Зазвичай, найбільшу цінність являє унікальність продукту, оскільки на ринку баз даних багато з них не мають аналогів, що суттєво підвищує їх вартість.

Цінність інформаційного продукту характеризується значною кількістю властивостей, зокрема таких, як значущість, корисність, повнота, своєчасність, доступність, форма подання, достовірність та ін. Ця якісна різноманітність інформаційних продуктів зумовлює таку особливість ціноутворення на ринку інформації, як широке використання договірних цін, націнок за новизну, знижень ціни, цінкових пільг, тобто всіх доступних способів додання гнучкості цінам. Означені особливості ціноутворення ще раз підтверджують особливий характер інформації як товару, що неминуче позначається на принципах установалення цін на ринку інформаційних продуктів.

Інформаційна діяльність в Україні в цілому, як і раніше, є збитковою. Навіть висока рентабельність комерційних інформаційних служб не в змозі поліпшити результати в цілому, оскільки державний сектор поки не подолав межі планової збитковості і не зміг вийти хоча б на рівень неприбуткової роботи.

Проте всього за декілька років нові українські підприємці пройшли величезний шлях від примітивного перепродажу державних інформаційних ресурсів до інвестицій хоча б частини зароблених коштів у розвиток бізнесу. На жаль, в інформаційній діяльності, на відміну від багатьох інших сфер української економіки, процес утворення єдиного підприємницького співтовариства, що все більше усвідомлює свої інтереси і цілі, відбувається сповільненими темпами.

Аналіз результатів останніх років засвідчив: в українській інформаційній інфраструктурі не залишилося елементів (ні державних, ні громадських, ні приватних), які могли б узяти на себе завдання реформування — переведення інформаційної діяльності на ринкові рейки. Це посилює ізоляцію означеного сектора українського ринку від відповідного сектора ринку світового.

Очевидно, що інформаційна діяльність в Україні на сьогоднішній момент уже не може далі залишатися в стані відособленого розвитку й ізоляції. Зважаючи на те, що будь-яка країна, зокрема й Україна, не може розвиватися без національної інформаційної інфраструктури, вже найближчим часом необхідно розпочати розробку адекватної програми модернізації української інформаційної інфраструктури. При цьому слід вийти за рамки вже звичних схем розвитку інформаційної діяльності й інформатизації, оскільки лише нові підходи зможуть забезпечити ефективний результат, відповідний новим реаліям, але це потребує подальшого дослідження.

Список літератури

1. Каныгин Ю. М. Информатизация управления: социальные аспекты / Ю. М. Каныгин // АН УССР. Ин-т социологии. — К. : Наук. думка, 1991. — 156 с.
2. Основні засади розвитку інформаційного суспільства в Україні на 2007-2015 роки : Закон України // Відомості Верховної Ради України. — 2007. — № 12. — С. 102.

3. Про телекомунікації : Закон України від 18 листопада 2003 року // Відомості Верховної Ради України. — 2004. — № 12. — С. 299.
4. Селезнев В. В. Основы рыночной экономики Украины: Власть. Право. Предпринимательство. Финансы. Налоги. Маркетинг. Менеджмент. Торговля. Информациа. Преступность : учеб. пособ. / В. В. Селезнев. — К. : А.С.К., 1999 г. — 544 с.
5. Смирнова В. В. Интеллектуальные системы управления в условиях глобализации информационного пространства / В. В. Смирнова // Наукові праці Донецького нац. техніч. ун-ту. — Донецьк : ДонНТУ, 2004. — Вип. 84. — С. 178—183.
6. Степанчиков С. Телекомунікаційний ринок охолоджується / С. Степанчиков // Дзеркало тижня. — 2008. — № 2 (681) 19 січня 2008 р. — С. 9.

Надійшла до редколегії 16.06.2010 р.

УДК 004 : 02+06+37 (477.63)

Т. О. КОЛЕСНИКОВА

ФОРМУВАННЯ ІНФОРМАЦІЙНОГО ОБРАЗУ РЕГІОНУ ЯК НАСЛІДОК ІНТЕГРАЦІЇ ІНФОРМАЦІЙНИХ РЕСУРСІВ

Сформовано інформаційний образ регіону на базі інформаційних ресурсів освітньо-культурної сфери Дніпропетровська. Обґрунтована можливість створення інтеграційного регіонального центру інформаційних ресурсів.

Ключові слова: інтеграція, інформаційний образ регіону, електронні ресурси, освітньо-культурна сфера, бібліотека ВНЗ, регіональний центр інформаційних ресурсів.

Сформирован информационный образ региона на базе информационных ресурсов образовательно-культурной сферы Днепропетровска. Обоснована возможность создания интеграционного регионального центра информационных ресурсов.

Ключевые слова: интеграция, информационный образ региона, электронные ресурсы, образовательно-культурная сфера, библиотека ВУЗа, региональный центр информационных ресурсов.

Formed informative image region based on information resources educational and cultural sphere Dnepropetrovsk. The possibility of creating integrated regional center of information resources.

Key words: integration, information image of the region, electronic resources, educational and cultural sphere, the library universities, the regional center of information resources.

Створення національного інформаційного простору, що уможливить взаємодію з іншими країнами в глобальному інформаційному просторі, передбачає вдосконалення, розвиток як телекомунікаційної інфраструктури, так і створення інформаційно-телекомунікаційного простору (ІТП). Ознакою ІТП є комунікаційна взаємодія між суб'єктами, що здійснюється за допомогою телекомунікаційних каналів передачі