

О. І. СЕРДЮК

кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри економіки та публічного управління
Полтавський державний аграрний університет
ORCID: 0000-0003-0926-9623

І. В. ОЛЕКСІЙ

аспірант кафедри економіки та публічного управління
Полтавський державний аграрний університет
ORCID: 0009-0001-7226-4959

ВПЛИВ ІНФОРМАЦІЙНО-КОМУНІКАЦІЙНИХ ІНСТРУМЕНТІВ НА ФОРМУВАННЯ ЦИФРОВОЇ ЕТИКИ ЯК СКЛАДОВОЇ ОРГАНІЗАЦІЙНОЇ КУЛЬТУРИ В УПРАВЛІННІ ПЕРСОНАЛОМ

Метою цього дослідження є вивчення можливостей електронних сервісів для ділових комунікацій, аналіз їх впливу на зміни організаційної культури та формування цифрової культури як особливого активу в командній роботі, огляд практик та визначення потенційних підходів до локального регулювання норм цифрової культури.

Досліджено функції та умови використання основних діджитал-інструментів ділових комунікацій, їх характеристики, переваги в порівнянні з людським аспектом спілкування. Особливу увагу приділено формуванню цифрової культури в алгоритмі розвитку комунікації та взаємодії на основі діджиталізації. Визначено, що встановлення правил та норм комунікацій є складовими професійно-ділової та інформаційно-комунікаційної цифрової культури і означає просування цифрової етики та цифрового етикету на організаційному рівні. Основні рекомендації охоплюють запровадження правил цифрової етики на рівні організації, що розглядається як поєднання загальних норм організаційної культури, закріплених у локальних нормативно-правових актах, з вимогами спеціальних регламентів, спрямованих на врегулювання окремих аспектів саме цифрової взаємодії. До аспектів цифрової взаємодії, що потребують організаційного регламентування, можна віднести: захист персональних даних та недоторканності приватного життя, дотримання авторського права та суміжних прав, боротьбу з дезінформацією та фейковими новинами, запобігання кібератакам та іншим формам агресії в цифровому просторі, дотримання правових норм, пов'язаних з діджитал-комунікаціями, юридичну відповідальність за дії в цифровому середовищі. Правила цифрового етикету доцільно окреслити як базові (загальні принципи), так і такі, що описують окремо технічний, адміністративний та емоційний рівні. Подальших досліджень потребують питання структурування локальних нормативно-правових актів, спрямованих на врегулювання низки аспектів цифрової етики організації.

Ключові слова: організаційна культура, комунікація, цифровізація, цифрові сервіси, цифрова культура, цифрова етика, цифровий етикет.

О. І. SERDIUK

PhD in Economics, Associate Professor,
Professor at the Department of Economics and Public Management
Poltava State Agrarian University
ORCID: 0000-0003-0926-9623

І. В. OLEKSIY

Postgraduate Student at the Department of Economics and Public Management
Poltava State Agrarian University
ORCID: 0009-0001-7226-4959

THE INFLUENCE OF INFORMATION AND COMMUNICATION TOOLS ON THE FORMATION OF DIGITAL ETHICS AS A COMPONENT OF ORGANIZATIONAL CULTURE IN PERSONNEL MANAGEMENT

The purpose of this study is to study the capabilities of electronic services for business communications, analyze their impact on changes in organizational culture and the formation of digital culture as a special asset in teamwork, review practices, and identify potential approaches to local regulation of digital culture norms.



The functions and conditions of use of the main digital tools of business communications, their characteristics, and advantages compared to the human aspect of communication were investigated. Particular attention is paid to the formation of digital culture in the algorithm of communication and interaction development based on digitalization. It is determined that the establishment of rules and norms of communications are components of professional-business and information-communication digital culture and means the promotion of digital ethics and digital etiquette in organizations. The main recommendations cover the introduction of digital ethics rules at the organizational level, which is considered as a combination of general norms of organizational culture, enshrined in local regulations, with the requirements of special regulations aimed at regulating certain aspects of digital interaction. Aspects of digital interaction that require organizational regulation include: protection of personal data and privacy, compliance with copyright and related rights, combating disinformation and fake news, preventing cyberattacks and other forms of aggression in the digital space, compliance with legal norms related to digital communications, and legal liability for actions in the digital environment. It is advisable to outline the rules of digital etiquette as basic (general principles), as well as those that describe the technical, administrative and emotional levels separately. Further research is needed on the issue of structuring local regulations aimed at regulating a number of aspects of digital ethics of organizations.

Key words: organizational culture, communication, digitalization, digital services, digital culture, digital ethics, digital etiquette.

Постановка проблеми

Швидкий та динамічний характер цифрової трансформації призводить до різних змін на всіх рівнях суспільства та ставить перед суб'єктами комерційної та публічної сфер, які впроваджують новітні цифрові технології в роботу команд, завдання модернізації організаційної культури. Організаціям належить знайти надійні способи врегулювання професійних, етичних, комунікативних та соціальних аспектів взаємодії у цифровому середовищі. Для забезпечення ефективного та етичного спілкування в онлайн-просторі з урахуванням особливостей цифрових технологій та платформ доцільно заповнити прогалину щодо декларування цифрової культури на організаційному рівні.

Аналіз останніх досліджень і публікацій

Проблематика застосування цифрових технологій для ділових комунікацій та розбудови цифрової культури, як складової організаційної, набуває актуальності в умовах розширення практики гібридного або повністю віддаленого форматів роботи за правового режиму воєнного стану в Україні. Ці аспекти висвітлені у працях Є. Осипової, Н. Пахоти та Т. Семенчук [1] (визначення основних тенденцій, виклики та специфічні аспекти інтеграції цифрових практик в Україні), Т. Запорожець [2] (дослідження стану розбудови цифрових інфраструктур), Ю. Гойдаш, О. Тетеріної та К. Процак [3] (виявлення практичних рішень і рекомендацій для покращення комунікації та взаємодії у гібридних і віддалених командах), О. Шатілової та М. Осокіної [4] (застосування цифрових інструментів для нарощування ефективності внутрішніх комунікацій у сучасних організаціях), А. Грінько [5] (осмислення ролі цифрової культури в умовах трансформації бізнес-середовища), О. Карпренко та В. Наместнік [6] (наукове обґрунтування та аналіз базових складових цифрової культури), Н. Трушкіної та Д. Чернух [7] (визначення цифрової культури і її базових складових), Т. Пікулі [8] (теоретико-правові основи розуміння цифрової етики), Ж. Андрійченко, Т. Близнюк та О. Майстренко [9] (обґрунтування теоретико-методичних засад цифрового етикету). Однак, не до кінця дослідженими залишаються процес формування практичних рекомендацій та засоби декларування компонентів цифрової культури, їх організаційне регламентування в локальних нормативно-правових актах.

Формулювання мети дослідження

Метою цього дослідження є вивчення можливостей електронних сервісів для ділових комунікацій, аналіз їх впливу на зміни організаційної культури та формування цифрової культури як особливого активу в командній роботі, огляд практик та визначення потенційних підходів до локального регулювання норм цифрової культури.

Викладення основного матеріалу дослідження

Збалансоване та ефективне функціонування комерційних та публічних організації детермінується низкою інструментів розвитку організаційної культури. Посібник з формування організаційної культури на публічній службі, створений НАДС у взаємодії з низкою партнерів [10], окреслює їх таким чином: визначення місії, візії, цінностей та принципів організації (в т. ч. її підрозділів); створення бренду організації як роботодавця; розвиток лідерства як компетентності керівників; комплексний стратегічний підхід до залучення нових працівників та їх адаптації; забезпечення умов для конструктивної, етично коректної взаємодії персоналу, сприятливого мікроклімату в організації; створення системи мотивації співробітників; розвиток інструментів та технологій спілкування. Акцентуємо увагу на останній складовій та розглянемо зміни інструментів комунікації та організаційної культури з огляду на тренди і вимоги цифрового середовища.

Інформатизація суспільства якісно змінила процеси комунікацій, створюючи відповідне культурне підґрунтя. Цифрове середовище спричинило появу нових форм спілкування, створило новий тип взаємодії мережевого формату. А отже, спостерігається зростаючий інтерес науковців до проблематики саме цифрової культури, яку

розуміють як складову організаційної і вважають феноменом сучасності [1, 5-7]. Зазначимо, що цифрова культура в комерційних організаціях має всі ознаки та характеристики бізнес-культури, в організаціях публічної сфери – культури органів публічного управління, і в обох випадках є показником рівня розвитку управління загалом та важливим показником формування позитивного іміджу організації. Для публічної сфери вона є також чинником оптимізації суспільних відносин.

Під цифровою культурою організації А. Грінько [5], Н. Трушкіна та Д. Чернух [7]. пропонують розуміти комплексну, інтегровану систему принципів, цінностей, знань та навичок, правил поведінки персоналу для взаємодії керівництва та співробітників під час вирішення завдань у професійній діяльності, які формуються в результаті широкого впровадження цифрових технологій у всі сфери суспільного та професійного життя, і які охоплюють не лише технічну обізнаність та цифрові компетентності, а й професійні, етичні, комунікативні та соціальні аспекти взаємодії у цифровому середовищі. Окремі науковці [6] зауважують, що у контексті професійної діяльності термін «цифрова культура» часто стосується здатності людини застосовувати цифрові знання та навички, а у контексті повсякденного спілкування він означає гармонійне поєднання цифрового світу та класичних підходів до розуміння культури поведінки. Цифрова культура охоплює нові (цифрові) способи комунікації, цифрову творчість (блоги, відео, цифровий контент), поведінку в мережі (цифровий етикет, цифрова репутація), сприйняття інформації, формування ідентичності [1].

Цифрова культура, як складова організаційної, є величезним активом для будь-якої команди. Розповсюдження гібридних і дистанційних форм взаємодії персоналу актуалізує роль цифрових технологій та платформ для співпраці, що змінює підходи до комунікації, взаємодії та управління, а також до побудови організаційної культури. Розвиток цифрових технологій спричиняє трансформації в традиційних культурних сферах, що призводить до зміни соціального світогляду та переоцінки цінностей [2].

А. Грінько подає типологію цифрової культури, яку систематизує за сучасними підходами (з урахуванням українського та європейського контекстів) вирізняючи такі її типи: професійно-діловий; інформаційно-комунікаційний; соціальний (мережевий); креативний (творчий); освітній (академічний); цифровий етичний [5]. За функціональною роллю як для комерційних, так і для публічних організацій в основному властиві професійно-діловий та інформаційно-комунікаційний типи цифрової культури. Перший – характеризується високим рівнем цифрових компетентностей персоналу, етичною діловою взаємодією, інтеграцією ІТ у роботу персоналу та зорієнтований на підвищення ефективності, прозорості, адаптивності операційних процесів. Другий – вирізняється здатністю користуватись цифровими медіа, комунікаційними платформами, критичним мисленням та акцентований на поширення інформації, створення контенту, цифрову взаємодію.

Зосередимося на вагомості інформаційно-комунікаційної цифрової культури. Вміле користування комп'ютерами, смартфонами та іншими пристроями, а також розуміння основних принципів програмного забезпечення дозволяє ефективно аналізувати, обробляти та поширювати інформацію. Вміння вести комунікацію в цифровому середовищі та критичне осмислення інформації є невід'ємною частиною соціалізації, яка допомагає особистостям адаптуватися до швидкозмінного інформаційного середовища, сприяє розвитку громадянської компетентності та суспільної активності.

Основою для формування в епоху ІТ нових культурних практик стають цифрові технології, а цифрова культура організації визначається сукупністю цифрових інструментів комунікації. До основних груп цифрових засобів для роботи команди відносять: 1) засоби офісних комунікацій між співробітниками; 2) інструменти для співпраці та управління проектами; 3) інструменти для створення контенту; 4) аналітичні інструменти; 5) інструменти для зберігання та обміну файлами; 6) інструменти для автоматизації [4]. Можна окреслити основні категорії цифрових засобів і у інший спосіб. Командні чати та співпраця: Microsoft Teams (потужний інструмент для відеодзвінків, чатів, інтеграції з Office 365), Slack (гнучкі повідомлення, канали, велика кількість інтеграцій), Chanty (для чату та керування завданнями), Fleep (спілкування всередині компанії та з клієнтами, відстеження завдань, зовнішні комунікації через email); управління проектами та завданнями: Asana, Trello, Monday, ClickUp, Wrike (візуалізація, відстеження прогресу, автоматизація робочих процесів); інтегровані платформи (VoIP та AI): Dialpad (хмарна платформа для дзвінків, месенджеру, відеозустрічей, з інтеграціями та AI-інструментами); корпоративні внутрішні інтрамережі та залучення співробітників: Workvivo (акцент на залученні персоналу та обміні контентом). Згадані системи реалізують такі ключові функції: миттєві сповіщення та відеоконференції, канали та групові чати, обмін файлами та спільна робота над документами, відстеження завдань, інтеграція з бізнес-інструментами (Microsoft 365, Google Workspace, Salesforce), ШІ-інструменти для транскрипції та аналітики (у сучасних платформах). Забезпечуючи ефективну цифрову взаємодію вони допомагають організаціям підвищити продуктивність, адаптивність та гнучкість.

Система управління корпоративними комунікаціями на практиці переважно базується на інструментах для співпраці в команді, таких як Microsoft Teams (відео, чати, інтеграції Office) та Slack (канали, повідомлення, файли), а також платформах управління проектами (Asana, Trello, Monday, ClickUp) та спеціалізованих рішеннях (Dialpad для VoIP, Fleep для зовнішнього зв'язку). Українські експерти наголошують, що вони інтегруються

з хмарними сервісами (Google Workspace) та автоматизують робочі процеси, покращують внутрішню та зовнішню комунікацію, забезпечують відстеження завдань та обмін інформацією в режимі реального часу, що є ключем до сучасних цифрових трансформацій.

Належний спосіб спілкування в цифровому середовищі – це не лише питання базової функціональності (табл. 1). Під час вибору інструментів цифрової комунікації доцільно враховувати і такі їх характеристики як масштабованість (здатність інструменту зростати разом з організацією, бізнесом), інтеграцію з існуючим програмним забезпеченням, безпеку та вартість використання. Застосунок має забезпечувати ясність, фокус та довіру у способах спілкування (табл. 2). Доречний застосунок для спільної роботи змінює спосіб роботи команди, оптимізує комунікацію та організовує виконання завдання. Для малого бізнесу з обмеженим бюджетом існують потужні безкоштовні додатки, які забезпечують безперебійну співпрацю без шкоди для функціональності. Кожен з згаданих у табл. 1-2 сервісів має свої унікальні переваги та закладає основу для більш чіткої та ефективної комунікації в умовах часто хаотичної роботи.

Таблиця 1

Функції основних цифрових інструментів ділових комунікацій

Сервіс	Функціонал сервісу							
	Командний чат	Відеодзвінки	Керування завданнями	Канбан-дошки	Автоматизація	Обмін файлами	Інтеграції	Безкоштовний план
Chanty	+	+	+	+	x	+	+	+
Microsoft Teams	+	+	+	x	+	+	+	+
Slack	+	+	x	x	+	+	+	+
Trello	x	x	+	+	+	+	+	+
Monday.com	x	x	+	+	+	+	+	x
ClickUp	+	+	+	+	+	+	+	+
Asana	x	x	+	+	+	+	+	+

Джерело: сформовано авторами на основі [11].

Таблиця 2

Умови використання цифрових інструментів ділових комунікацій

Особливості використання	Сервіс	Функціонал сервісу				Ціна від, \$ (2025 р.)
		Чат	Управління завданнями	Відеодзвінки	Самостійний хостинг	
Малі, сфокусовані команди	Chanty	+	+	+	+	3,00
Користувачі Microsoft	Teams	+	+	+	x	4,00
Команди, що активно використовують інтеграції	Slack	+	x	+	x	7,25
Команди, що працюють із проектами	Trello	x	+	x	x	17,50
Команди, що працюють із проектами	Asana	x	+	x	+	10,90
Візуальна співпраця на основі завдань	Monday	+	+	+	x	9,00
Команди, що працюють із завданнями	ClickUp	+	+	+	x	7,00
Користувачі Google Workspace	Google Chat	+	x	+	x	6,00
Віддалені команди, орієнтовані на асинхронність	Twist	+	x	x	x	6,00
Співпраця, орієнтована на відео	Zoom	+	x	+	x	14,99
Повноцінна заміна робочого простору	Basecamp	+	+	+	x	15,00
Співпраця, орієнтована на документи	Notion	+	+	x	x	8,00
Бізнеси з обмеженим бюджетом	Zoho	+	+	+	x	3,00
Візуальні оновлення, асинхронні відео	Loom	x	x	+	x	12,50
Безпечні внутрішні командні чати	Mattermost	+	x	+	+	10,00
Команди, що цінують конфіденційність і розробників	Rocket.Chat	+	x	+	+	7,00

Джерело: сформовано авторами на основі [12].

Науковці комплексно характеризують етапи впровадження засобів цифрової комунікації: 1) оцінювання потреб і перешкод, визначення цілей просування цифрових інструментів на основі аналізу існуючих процесів; 2) вивчення пропозиції існуючих цифрових рішень та вибір цифрових інструментів з огляду на потреби організації; 3) підготовка плану втілення проєкту з чіткими термінами, етапами та розмірами ресурсів для його реалізації; 4) апробація інструментів та налагодження систем під визначені потреби організації; 5) навчання співробітників функціональності обраних цифрових інструментів; 6) введення засобів у операційну діяльність; 7) відстеження змін та підтримка на початковому етапі; 8) оцінювання ефективності впровадження цифрових інструментів на

основі критеріїв досягнення цілей та коригуючі заходи за необхідності; 9) постійна технічна підтримка та оновлення систем, актуалізація та вдосконалення функціоналу з врахуванням відгуків користувачів [4].

Програмне забезпечення пропонує низку переваг у порівнянні з людським аспектом спілкування. Передусім, це зміцнення довіри (надійна комунікація зміцнює стосунки в команді), а також: зростання продуктивності (працівники не відчують себе ізольованими та працюють старанніше), збереження персоналу та підвищення його лояльності (внаслідок регулярної комунікації та доброзичливої атмосфери), запобігання непорозумінням (завдяки усуненню розрізненості операційних процесів), сприяння чесному спілкуванню (регулярна взаємодія забезпечує членам команди зручні умови для обміну думками та занепокоєннями) [12].

Ю. Гойдашем, О. Тетеріним та К. Процак чітко окреслено алгоритм розвитку комунікації у гібридних та віддалених командах на основі її діджиталізації [3]: вибір цифрових інструментів за критерієм цілей, переваг та робочих процесів команд (для комунікації, співпраці, управління задачами тощо); встановлення правил та норм комунікацій, заохочення співпраці та взаємодії в команді, що є складовими професійно-ділової та інформаційно-комунікаційної цифрової культури; моніторинг та покращення комунікації (постійний зворотний зв'язок, оцінка та коригування); адаптація (гнучкість і реагування) до мінливих потреб спілкування команди. Відповідно, формування цифрової культури визначається вибором цифрових інструментів, проте її компоненти набувають змісту на наступних етапах.

Формування належної цифрової культури та цифрової етики є складовими процесу формування особистісного та професійного зростання персоналу організації. Якщо цифрова етика, на думку науковців [9], визначає стандарти і норми відносин між людьми, між бізнесом і клієнтом, владою та громадськістю чи іншими двома (або більше) сторонами, що взаємодіють у мережі, то цифровий етикет – це новий тип етикету, що обумовлює правила культури спілкування в усіх цифрових середовищах. Його головна мета – забезпечити ефективне, ввічливе та етичне спілкування в онлайн-просторі з урахуванням особливостей цифрових технологій та платформ [8]. Водночас, цифровий етикет враховує не лише етичні аспекти, а й правові та технічні норми, пов'язані з використанням цифрових технологій.

Просування цифрової етики та цифрового етикету в організаціях означає розробку та впровадження набору правил і норм поведінки, що регулюють взаємодію їхніх співробітників у цифровому середовищі. Науковці вже пропонують такі загальні принципи цифрового етикету: демонстрація позитивних відносин, субординація, симетрія, дотримання особистих кордонів, зручність та економія ресурсів, традиція, конвенційність, безпека [9]. До них можна додати низку конкретних, як от, використання стандартів і норм поведінки з реального життя, чіткість і лаконічність повідомлень, правильний вибір каналу (важливі рішення – електронна пошта, термінові питання – месенджери, наради – відеоконференції), повага до робочого часу та простору співрозмовника, грамотне структурування листування тощо. У наукових роботах описані також аспекти цифрового етикету в контексті сукупності правил і норм поведінки [8]: захист персональних даних та недоторканності приватного життя, дотримання авторського права та суміжних прав, боротьба з дезінформацією та фейковими новинами, запобігання кібератакам та іншим формам агресії в цифровому просторі, дотримання правових норм, пов'язаних з діджитал-комунікаціями, юридична відповідальність за дії в цифровому середовищі.

Етичне використання цифрових інструментів комунікації на рівні організації має унормовуватися на основі синтезу загальних стандартів організаційної культури, закріплених у локальних нормативно-правових актах (в публічній сфері – Правила корпоративної культури Державної соціальної служби України [14], Кодекс та Правила етичної поведінки працівників Державної митної служби України [15], Кодекс етичної поведінки працівників Міністерства цифрової трансформації України [16], Кодекс етичної поведінки працівників Міністерства аграрної політики та продовольства України [17]; в бізнес-середовищі, зокрема, – «Кодекс взаємодії», «Кодекс довіри», «Політика різноманіття», «Модель компетенцій» та «Work-Life Balance» ТОВ «КЕРНЕЛ-ТРЕЙД» [18]), з вимогами спеціальних регламентів, спрямованих на врегулювання окремих аспектів цифрової взаємодії. Опрацювання правил цифрового етикету може відбуватися на різних рівнях: технічному (рівень оформлення документації – правила використання програмних засобів, шифрування, довжини повідомлень, коментування повідомлень або коду), адміністративному (перелік необхідної мінімальної інформації, яку повинна містити комунікація, швидкість реагування), емоційному (правила коректного емоційного оформлення комунікації), а також базовому (загальні правила для всіх рівнів) [19].

Існує успішна практика запровадження кодексів цифрової етики як в бізнес-структурах, так і муніципалітетах. Зокрема, німецька транснаціональна науково-технічна компанія Merck KGaA розробила Кодекс цифрової етики (CoDE) як багатоцільовий та універсальний інструмент, обравши чітку вкладену структуру, яка підкреслює зв'язки між п'ятьма основними та п'ятнадцятьма допоміжними принципами: 1) справедливості (неупередженість, рівність, пропорційність); 2) автономії кожної людини (пояснення, конфіденційність, грамотність); 3) благодійності (сталі розвиток, безпека, відповідальність); 4) незаподіяння шкоди (надійність, керованість, підзвітність); 5) прозорості (відстежуваність, інтерактивність, зрозумілість) [20, 21]. Цифровий кодекс етики Coca-Cola HBC Itale описує стандарти та поведінку, якої очікує від тих, хто працює або співпрацює з ними у цифровому просторі,

а також стандарти та поведінку, яку можна очікувати від самої компанії, включаючи дотримання всіх чинних законів, норм та галузевих стандартів. Стандарти характеризують такі аспекти, як управління, конфіденційність даних, інформаційна безпека, соціальна взаємодія, повага до різноманітності [22].

В березні 2025 року оприлюднено Цифровий кодекс етики міста Лос-Анджелес (як практичний посібник для його департаментів з електронної взаємодії з мешканцями, підприємствами). Спираючись на п'ять основоположних цінностей, лідери технологій міста Лос-Анджелес визначили та узгодили цифрові принципи (стандарти), щоб гарантувати, що технології міста відповідають як інноваційним, так і етичним очікуванням громадськості [23]. Принципи безпосередньо отримані з відгуків мешканців, зустрічей громади, представників бізнес-коаліцій, зустрічей з обраними посадовцями, іншими муніципалітетами та академічними експертами з цифрової етики. Кодекс розроблено Агентством інформаційних технологій міста Лос-Анджелес, переглянуто багатьма зацікавленими сторонами та правозахисними групами, а також прийнято загальноміським Комітетом з питань політики інформаційних технологій. Крім цінностей та цифрових принципів (табл. 3) у ньому викладено рекомендації з етичного використання таких технологій взаємодії з мешканцями та виконання функцій управління містом: штучний інтелект та генеративний ШІ, блокчейн, дані та прогнозна аналітика, цифрові помічники та чат-боти, дрони та дистанційно керовані літальні апарати, розпізнавання облич, дані про охорону здоров'я, інтернет речей та датчики, соціальні мережі та соціальні медіа, віртуальна та доповнена реальність.

Таблиця 3

Цифровий кодекс етики міста Лос-Анджелес: співвідношення цінностей та принципів, 2025 р.

Цифрові принципи	Цінності				
	Людино-центричність	Справедливість	Прозорість	Безпека	Сталий розвиток
1. Ми прагнемо до етичних, а не просто інноваційних технологій	+		+	+	
2. Наші технології повинні бути функціональними та простими у використанні	+	+			+
3. Технології повинні забезпечити прозорий уряд		+	+		
4. Технології повинні підвищити доступність для громад Лос-Анджелеса	+		+		
5. Технології повинні бути створені для сьогодення та майбутнього				+	+
6. Ми не продаємо персональні дані	+			+	
7. Ваше місцезнаходження є фундаментальним для вашої конфіденційності		+	+	+	
8. Наші технології поважають конфіденційність користувачів			+	+	
9. Ми прагнемо наймати технологічну силу, таку ж різноманітну, як Лос-Анджелес	+	+			
10. Ми інвестуємо в наші громади, щоб зменшити цифровий розрив	+	+			

Джерело: сформовано авторами на основі [23].

Низку загальних етичних принципів та рекомендації щодо цифрових технологій, які зорієнтовані на максимальне забезпечення запитів як комерційних структур, так і публічних організацій, пропонує Міжнародний дослідницький центр етики та управління штучним інтелектом (Інститут автоматизації Китайської академії наук за підтримки науковців та організацій з різних організацій та країн) [24]: гармонія та симбіоз, людиноцентричність, цифровий дизайн назавжди, свобода та рівність, інклюзивний обмін, захист прав та інтересів, захист прав людини, захист конфіденційності, справедливість та недискримінація, захист прав інтелектуальної власності, розсудливість та відповідальність, безпека та надійність, інформована згода, сталий розвиток, відповідальність та підзвітність, нагляд та прийняття рішень, наукове використання, спільне управління, дотримання законодавства, багатопартійне управління, відкритість та інклюзивність, підвищення грамотності, погляд у майбутнє, сприяння зайнятості, якісна освіта, захист екології, розширення можливостей розвитку, сприяння миру.

В підсумку, ефективне вдосконалення організаційної культури як суб'єктів бізнес-середовища, так і публічних організацій має відбуватися через її інтеграцію з інноваційними підходами, зокрема, цифровізацію процесів комунікації (використання цифрових інструментів). Очікуване в таких умовах стратегічне розширення цифрової етики вимагатиме окреслення в локальних нормативних актах організацій правил спрямованих на врегулювання її окремих аспектів, що відбуватиметься одночасно з набуттям цифрової та медіаграмотності персоналу.

Висновки

Розповсюдження гібридних і дистанційних форм взаємодії персоналу організацій актуалізує роль цифрових технологій та платформ для співпраці і є основою формування нових культурних практик в епоху ІТ. Програмне забезпечення змінює спосіб роботи команд, оптимізує комунікацію та пропонує зміцнення довіри, зростання продуктивності, збереження персоналу, підвищення його лояльності, запобігання непорозумінням, сприяння чесному спілкуванню.

Вагомою складовою алгоритму розвитку комунікації та взаємодії в гібридних та віддалених командах на основі її діджиталізації є встановлення правил та норм комунікацій, що є компонентом професійно-ділової та

інформаційно-комунікаційної цифрової культури, а також свідчить про просування цифрової етики та цифрового етикету в організаціях. Основні рекомендації охоплюють запровадження правил цифрової етики на рівні організації, що розглядається як поєднання загальних норм організаційної культури, закріплених у локальних нормативно-правових актах, з вимогами спеціальних регламентів, спрямованих на врегулювання окремих аспектів саме цифрової взаємодії. До аспектів цифрової взаємодії, що потребують організаційного регламентування, можна віднести: захист персональних даних та недоторканності приватного життя; дотримання авторського права та суміжних прав; боротьбу з дезінформацією та фейковими новинами; запобігання кібератакам та іншим формам агресії в цифровому просторі; дотримання правових норм, пов'язаних з діджитал-комунікаціями; юридичну відповідальність за дії в цифровому середовищі. Правила цифрового етикету доцільно окреслити як базові (загальні принципи), так і такі, що описують окремо технічний, адміністративний та емоційний рівні. Подальших досліджень потребують питання структурування спеціальних регламентів, спрямованих на врегулювання низки аспектів цифрової етики організацій.

Список використаної літератури

1. Осипова Є., Пахота Н., Семенчук Т. Цифрова культура в контексті глобалізації: зміна ідентичності та культурних практик в українському суспільстві. *Українська культура: минуле, сучасне, шляхи розвитку*. 2025. № 50. С. 533-539. URL: <https://zbirnyky.rshu.edu.ua/index.php/ucpkm/article/view/1012/1915>
2. Запорожець Т. В. Розбудова цифрових інфраструктур як фактор подолання цифрового розриву. *Електронне «Державне управління: удосконалення і розвиток»*. 2020. № 5. http://www.dy.nayka.com.ua/pdf/5_2020/58.pdf DOI : 10.32702/2307-2156-2020.5.56
3. Гойдаш Ю. Р., Тетерін О. А., Процак К. В. Цифрові технології для покращення комунікації та взаємодії у гібридних та віддалених командах. *Економіка та суспільство*. 2025. № 73. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/5853> DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2025-73-55>
4. Шатілова О., Осокін М. Застосування цифрових інструментів для підвищення ефективності внутрішніх комунікацій в бізнесі. *Фаховий науковий журнал «Інтернаука». Серія: «Економічні науки»*. 2024. № 7. URL: <https://www.inter-nauka.com/uploads/public/172251685592.pdf>
5. Грінько А. П. Ідеологема цифрової культури в умовах інноваційного розвитку сучасного бізнес-середовища. *International Scientific Journal «Internauka». Series: «Economic Sciences»*. URL: <https://www.inter-nauka.com/uploads/public/17682958644248.pdf>
6. Karpenko O., Namestnik V. Digital culture: social essence and communicational constituents. *Вісник Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв* 2018. № 2. С. 51-54. URL: <https://scispace.com/pdf/digital-culture-social-essence-and-communicational-1invf3u263.pdf>
7. Трушкіна Н., Чернух Д. Цифрова культура компаній: уточнення термінології. *International Science Journal of Management, Economics & Finance*. 2023. №. 2(1). С. 19-33. URL: file:///C:/Users/oserd/Downloads/TrushkinaChernukh_ISJMEFvol.2no12023.pdf DOI: 10.46299/j.isjmef.20230201.03
8. Пікуля Т. Механізм правового регулювання цифрового середовища: філософсько-правовий аспект. *Наукові записки НаУКМА. Юридичні науки*. 2025. № 15. С. 114-123. URL: <https://ekmair.ukma.edu.ua/server/api/core/bitstreams/b9e39978-4c27-49fb-9888-b4c3029e0490/content> DOI: 10.18523/2617-2607.2025.15.114-123
9. Андрійченко Ж. О., Близнюк Т. П., Майстренко О. В. Digital етикет та комунікації тенденції та вимоги сьогодення. *Економіка і суспільство*. 2021. № 21. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/983/941> DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2021-34-24>
10. Посібник з формування організаційної культури на публічній службі. 2023. 170 с.
11. 7 найкращих рішень для командної співпраці та підвищення продуктивності у 2025 році. *Chanty*. 11 липня 2025 р. URL: <https://www.chanty.com/blog/uk/team-collaboration-software-uk/>
12. 14 найкращих сервісів бізнес-комунікації для команд у 2025 році. *Chanty*. 4 липня 2025 р. URL: <https://www.chanty.com/blog/uk/business-communication-services-uk/>
13. 12 найкращих програм для бізнес-комунікації для ваших команд (2026). *GURU*. 23 січня 2025 р. URL: <https://www.getguru.com/reference/best-business-communication-software>
14. Правила корпоративної культури Державної соціальної служби України. URL: <https://nssu.gov.ua/uvravlinnia-personalom/korporativna-kultura>
15. Про затвердження Кодексу та Правил етичної поведінки працівників Державної митної служба України : Наказ Державної митної служба України від 02 серпня 2021 р. № 668. *Верховна Рада України. Законодавство України*. URL: <file:///C:/Users/oserd/Downloads/%D0%9D%D0%B0%D0%BA%D0%B0%D0%B7%20%E2%84%96668.pdf>
16. Про затвердження Кодексу етичної поведінки працівників Міністерства цифрової трансформації України : Наказ Міністерства цифрової трансформації від 07 лютого 2025 р. № 24. *Верховна Рада України. Законодавство України*. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0281-25#Text>

17. Кодекс етичної поведінки працівників Міністерства аграрної політики та продовольства України. *Міністерство аграрної політики та продовольства України* : вебсайт. URL: <https://minagro.gov.ua/pro-nas/kadrova-politika/kodeks-etychnoi-povedinky-pratsivnykiv-ministerstva-aharnoi-polityky-ta-prodovolstva-ukrainy>
18. Культура. *KERNEL CAREER* : вебсайт. URL: <https://career.kernel.ua/kultura-ta-czinnosti/>
19. Цифровий етикет XXI ст. (запрошення до дискусії) : презентація. URL: https://pgasa.dp.ua/wp-content/uploads/2020/12/vebinar-9-TSyfrovyj-etyket_.pdf
20. CoDE. Code of Digital Ethics. Merck KGaA. URL: <https://www.emdgroup.com/content/dam/web/corporate/non-images/digital-ethics/downloads/us/CoDE-of-Digital-Ethics-NA.pdf>
21. Sarah J. Becker, André T. Nemat, Simon Lucas, René M. Heinitz, Manfred Klevesath, Jean Enno (2023). Charton A Code of Digital Ethics: laying the foundation for digital ethics in a science and technology company. *AI & SOCIETY*, no 38, pp. 2629-2639. URL: file:///C:/Users/oserd/Downloads/A_Code_of_Digital_Ethics_laying_the_foundation_for.pdf
22. Digital code of ethics. POLICY. Coca-Cola HBC Itale. URL: <https://it.coca-colahellenic.com/en/chi-siamo/policy/codice-etico-digitale->
23. Digital CodeOf Ethics. Information Technology Agency City of Los Angeles. URL: <https://drive.google.com/file/d/15vUYOyZ4VlyS1kQpFLSa0Nfs-0n0UTnl/view>
24. International Research Center for AI Ethics and Governance. URL: <https://ai-ethics-and-governance.institute/2023/10/23/ethical-principles-and-guidelines-for-digital-technology-draft-for-comments/>

References

1. Osypova Ye., Pakhota N., Semenchuk T. (2025). Tsyfrova kultura v konteksti hlobalizatsii: zmina identychnosti ta kulturnykh praktyk v ukrainskomu suspilstvi [Digital culture in the context of globalization: changing identity and cultural practices in Ukrainian society]. *Ukrainska kultura: mynule, suchasne, shliakhy rozvytku*, no 50, pp. 533-539. Retrieved from: <https://zbirnyky.rshu.edu.ua/index.php/ucpmk/article/view/1012/1915> [in Ukrainian].
2. Zaporozhets T. V. (2020). Rozbudova tsyfrovyykh infrastruktur yak faktor podolannya tsyfrovoho rozryvu [Development of digital infrastructures as a factor in overcoming the digital divide]. *Elektronne «Derzhavne upravlinnia: udoskonalenniai rozvytok»*, no 5. Retrieved from: http://www.dy.nayka.com.ua/pdf/5_2020/58.pdf DOI: 10.32702/2307-2156-2020.5.56 [in Ukrainian].
3. Hoidash Yu. R., Teterin O. A., Protsak K. V. (2025). Tsyfrovi tekhnologii dlia pokrashchennia komunikatsii ta vzaємodii u hibrydnykh ta viddalenykh komandakh [Digital technologies to improve communication and interaction in hybrid and remote teams]. *Ekonomika ta suspilstvo*, no 73. Retrieved from: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/5853> DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2025-73-55> [in Ukrainian].
4. Shatilova O., Osokin M. (2024). Zastosuvannia tsyfrovyykh instrumentiv dlia pidvyshchennia efektyvnosti vnutrishnykh komunikatsii v biznesi [Application of digital tools to increase the efficiency of internal communication in business]. *Fakhovyi naukovyi zhurnal «Internauka». Seriya: «Ekonomichni nauky»*, no 7. Retrieved from: <https://www.inter-nauka.com/uploads/public/172251685592.pdf> [in Ukrainian].
5. Hrinko A. P. Ideolohema tsyfrovoyi kultury v umovakh innovatsiinoho rozvytku suchasnoho bizneseredovyshcha [Ideologeme of digital culture in the context of innovative development of the modern business environment]. *International Scientific Journal «Internauka»*. Series: «Economic Sciences». Retrieved from: <https://www.inter-nauka.com/uploads/public/17682958644248.pdf> [in Ukrainian].
6. Karpenko O., Namestnik V. (2018). DIgital culture: social essence and communicational constituents. *Visnyk Natsionalnoi akademii kerivnykh kadriv kultury i mystetstv*, no 2, pp. 51-54. Retrieved from: <https://scispace.com/pdf/digital-culture-social-essence-and-communicational-1invf3u263.pdf> [in English].
7. Trushkina N., Chernukh D. (2023). Tsyfrova kultura kompanii: utochnennia terminolohii [Digital culture of companies: clarification of terminology]. *International Science Journal of Management, Economics & Finance*, no 2(1), pp. 19-33. Retrieved from: file:///C:/Users/oserd/Downloads/TrushkinaChernukh_ISJMEFvol.2no12023.pdf DOI: 10.46299/j.isjmef.20230201.03 [in Ukrainian].
8. Pikulia T. (2025). Mekhanizm pravovoho rehuliuвання tsyfrovoho seredovyshcha: filosofsko-pravovy aspekt [Mechanism of legal regulation of the digital environment: philosophical and legal aspect]. *Naukovi zapysky NaUKMA Yurydychni nauky*, no 15, pp. 114-123. Retrieved from: <https://ekmair.ukma.edu.ua/server/api/core/bitstreams/b9e39978-4c27-49fb-9888-b4c3029e0490/content> DOI: 10.18523/2617-2607.2025.15.114-123 [in Ukrainian].
9. Andriichenko Zh. O., Blyzniuk T. P., Maistrenko O. V. (2021). Digital etyket ta komunikatsii tendentsii ta vymohy sohodennia [Digital etiquette and communication trends and requirements of the present]. *Ekonomika i suspilstvo*, no 21. Retrieved from: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/983/941> DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2021-34-24> [in Ukrainian].
10. Posibnyk z formuvannia orhanizatsiinoyi kultury na publichnii sluzhbi (2023) [Manual for the formation of organizational culture in the public service]. 170 p. [in Ukrainian].

11. 7 naikrashchykh rishen dlia komandnoi spivpratsi ta pidvyshchennia produktyvnosti u 2025 rotsi [7 Best Team Collaboration and Productivity Solutions for 2025]. *Chanty*. 11 lytnia 2025 r. Retrieved from: <https://www.chanty.com/blog/uk/team-collaboration-software-uk/> [in Ukrainian].

12. 14 naikrashchykh servisiv biznes-komunikatsii dlia komand u 2025 rotsi [4 Best Business Communication Services for Teams for 2025]. *Chanty*. 4 lytnia 2025 r. Retrieved from: <https://www.chanty.com/blog/uk/business-communication-services-uk/> [in Ukrainian].

13. 12 naikrashchykh prohram dlia biznes-komunikatsii dlia vashykh komand (2026) [2 Best Business Communication Software for Your Teams (2026)]. *GURU*. 23 sichnia 2025 r. Retrieved from: <https://www.getguru.com/reference/best-business-communication-software> [in Ukrainian].

14. Pravyla korporatyvnoi kultury Derzhavnoi sotsialnoi sluzhby Ukrainy (dali Natssotssluzhba) [Rules of corporate culture of the State Social Service of Ukraine (hereinafter referred to as the National Social Service)]. Retrieved from: <https://nssu.gov.ua/upravlinnia-personalom/korporatyvna-kultura> [in Ukrainian]

15. Pro zatverdzhennia Kodeksu ta Pravyl etychnoi povedinky pratsivnykiv Derzhavnoi mytnoi sluzhba Ukrainy [On approval of the Code and Rules of Ethical Conduct of Employees of the State Customs Service of Ukraine] : Nakaz Derzhavnoi mytnoi sluzhba Ukrainy vid 02 serpnia 2021 r. № 668. *Verkhovna Rada Ukrainy. Zakonodavstvo Ukrain*. Retrieved from: <file:///C:/Users/oserd/Downloads/%D0%9D%D0%B0%D0%BA%D0%B0%D0%B7%20%E2%84%96668.pdf> [in Ukrainian]

16. Pro zatverdzhennia Kodeksu etychnoi povedinky pratsivnykiv Ministerstva tsyfrovoy transformatsii Ukrainy [On approval of the Code of Ethical Conduct of Employees of the Ministry of Digital Transformation of Ukraine] : Nakaz Ministerstva tsyfrovoy transformatsii 07 liutoho 2025 r. № 24. *Verkhovna Rada Ukrainy. Zakonodavstvo Ukrainy*. Retrieved from: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0281-25#Text> [in Ukrainian].

17. Kodeks etychnoi povedinky pratsivnykiv Ministerstva ahrarnoi polityky ta prodovolstva Ukrainy [Code of Ethical Conduct for Employees of the Ministry of Agrarian Policy and Food of Ukraine]. *Ministerstvo ahrarnoi polityky ta prodovolstva Ukrainy* : vebсайт. Retrieved from: <https://minagro.gov.ua/pro-nas/kadrova-politika/kodeks-etychnoi-povedinky-pratsivnykiv-ministerstva-ahrarnoi-polityky-ta-prodovolstva-ukrainy> [in Ukrainian]

18. Kultura [Culture]. *KERNEL CAREER* : vebсайт. Retrieved from: <https://career.kernel.ua/kultura-ta-czinnosti/> [in Ukrainian].

19. Tsyfrovyy etyket KhKhI st. (zaproshehnia do dyskusii) [Digital Etiquette of the 21st Century (invitation to a discussion)] : prezentatsiia. Retrieved from: https://pgasa.dp.ua/wp-content/uploads/2020/12/vebinar-9-TSyfrovyy-etyket_.pdf [in Ukrainian].

20. CoDE. Code of Digital Ethics. Merck KGaA. Retrieved from: <https://www.emdgroup.com/content/dam/web/corporate/non-images/digital-ethics/downloads/us/CoDE-of-Digital-Ethics-NA.pdf> [in English].

21. Sarah J. Becker, André T. Nemat, Simon Lucas, René M. Heinitz, Manfred Klevesath, Jean Enno (2023). Charton A Code of Digital Ethics: laying the foundation for digital ethics in a science and technology company. *AI & SOCIETY*, no 38, pp. 2629-2639. Retrieved from: file:///C:/Users/oserd/Downloads/A_Code_of_Digital_Ethics_laying_the_foundation_for.pdf [in English].

22. Digital code of ethics. POLICY. Coca-Cola HBC Itale. Retrieved from: <https://it.coca-colahellenic.com/en/chiamo/policy/codice-etico-digitale-> [in English].

23. Digital CodeOf Ethics. Information Technology Agency City of Los Angeles. Retrieved from: <https://drive.google.com/file/d/15vUYOyZ4VlyS1kQpFLSa0Nfs-0n0UTnl/view> [in English].

24. International Research Center for AI Ethics and Governance. Retrieved from: <https://ai-ethics-and-governance.institute/2023/10/23/ethical-principles-and-guidelines-for-digital-technology-draft-for-comments/> [in English].

Дата першого надходження статті до видання: 23.02.2026

Дата прийняття статті до друку після рецензування: 27.03.2026

Дата публікації (оприлюднення) статті: 07.05.2026