

Міністерство освіти і науки України
Київський національний університет імені Тараса Шевченка
Факультет соціології
кафедра галузевої соціології

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему:
**«ІНФОРМАЦІЙНА КУЛЬТУРА СУЧАСНОГО УКРАЇНСЬКОГО
СУСПІЛЬСТВА»**

Спеціальність: 054 Соціологія
Освітня програма: «Прикладна соціологія»
Освітній ступінь: магістр
Кваліфікація: магістр соціології

Авторка:
Сердюк Єлизавета Володимирівна,
студентка магістратури

Науковий керівник:
Черних Геннадій Андрійович,
кандидат соціологічних наук,
асистент

Магістерська робота допущена до захисту
рішенням кафедри галузевої соціології
Протокол № 4 від «25» січня 2023 р.

Зав. кафедри _____ доц. Ольга БЕЗРУКОВА

Київ 2023

Анотація

Сердюк Єлизавета Володимирівна. Інформаційна культура сучасного українського суспільства. Магістерська робота.

Робота присвячена комплексному дослідженню питання інформаційної культури сучасного українського суспільства. Вивчено підходи до трактування поняття «інформаційної культури», його сутності й елементів. Здійснено аналіз феномену інформаційної культури в сучасному українському суспільстві. Проаналізовано вплив глобалізації на становлення інформаційної культури в українському соціумі, визначено стратегії розвитку інформаційного суспільства та інформаційно-комунікативної культури в Україні. Також проведено соціологічне дослідження інформаційної культури у молоді шляхом наскрізного анкетування за допомогою Google-форми та аналіз отриманих результатів.

Ключові слова: інформаційна культура, суспільство, глобалізація, соціологія, молодь.

Abstract

Serdiuk Yelyzaveta Volodymyrivna. Information culture of modern Ukrainian society. Master thesis.

The work is devoted to a comprehensive study of the information culture of modern Ukrainian society. Approaches to the interpretation of the concept of "information culture", its essence and elements have been studied. An analysis of the phenomenon of information culture in modern Ukrainian society was carried out. The impact of globalization on the formation of information culture in Ukrainian society is analyzed, and strategies for the development of information society and information and communication culture in Ukraine are determined. A sociological study of information culture among young people was also conducted through a cross-questionnaire using a Google form and analysis of the obtained results.

Key words: information culture, society, globalization, sociology, youth.

ЗМІСТ

ВСТУП	5
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ДОСЛІДЖЕННЯ ФЕНОМЕНУ ІНФОРМАЦІЙНОЇ КУЛЬТУРИ	9
1.1. Поняття і сутність інформаційної культури	9
1.2. Елементи інформаційної культури	16
1.3. Етапи розвитку та об'єкти інформаційної культури	19
Висновки до Розділу 1	23
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ТЕНДЕНЦІЙ СТАНОВЛЕННЯ ТА РОЗВИТКУ ІНФОРМАЦІЙНОЇ КУЛЬТУРИ СУЧАСНОГО УКРАЇНСЬКОГО СУСПІЛЬСТВА	24
2.1. Феномен інформаційної культури в сучасному українському суспільстві	24
2.2. Вплив глобалізації на становлення інформаційної культури в українському соціумі	30
2.3. Стратегія розвитку інформаційного суспільства та інформаційно-комунікативної культури в Україні	36
Висновки до Розділу 2	39
РОЗДІЛ 3. ЕМПІРИЧНЕ ДОСЛІДЖЕННЯ РІВНЯ ІНФОРМАЦІЙНОЇ КУЛЬТУРИ УКРАЇНСЬКОЇ МОЛОДІ	41
3.1. Організація дослідження інформаційної культури у молоді	41
АНКЕТА	44
3.2. Аналіз отриманих результатів	46
Висновки до Розділу 3	50
ВИСНОВКИ	51
СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ	55

ВСТУП

Актуальність. Сучасне суспільство – це суспільство інформатизації всіх сфер суспільного життя. Зрозуміло, прояви цієї закономірності винятково масштабні, щоб їх можна було виразити досконало точно, але одне не підлягає сумніву: інформатизація виводить в авангард розвитку історії держави, яка знаходить адекватну відповідь на виклики майбутньої інформаційної доби. Відповідно перед вченими, насамперед, суспільствознавцями та соціологами, постає завдання глибокого теоретичного аналізу всієї сукупності процесів інформатизації, серед яких особливе місце посідає інформаційна культура суспільства.

Актуальність теми дослідження обумовлена, по-перше, тим, що у сучасних умовах інформаційна культура стає одним із визначальних факторів професійної та повсякденної діяльності людей, що характеризує здатність людини усвідомити та освоїти сучасну картину світу, орієнтуватися в новому інформаційному просторі, адаптуватися до нього, брати участь у його формуванні та сприяти інформаційній взаємодії. В даний час склалася певна невідповідність між збільшеними інформаційними запитами членів суспільства та ступенем їх задоволення. Дозволити цю суперечність, оптимізувати спілкування людини з джерелом інформації, підвищити результативність взаємодії між ними можна лише за наявності наукової теорії інформаційної культури у найширшому розумінні цього слова.

По-друге, важливим чинником актуальності теми є відсутність єдиного наукового підходу до інтерпретації поняття «інформаційна культура» та її формування в умовах постіндустріального етапу розвитку суспільства. Філософське осмислення феномена інформаційної культури дозволяє провести комплексний аналіз її взаємопов'язаних сторін: теоретико-методологічної, соціокультурної та соціотехнічної.

По-третє, сьогодні формування інформаційної культури суспільства протікає як некерований (стихійний) процес, який необхідно структурувати та

систематизувати, що дозволить їй стати інструментом освоєння та адаптації до нового інформаційного середовища, способом гармонізації внутрішнього світу людини у процесі освоєння всього обсягу соціально значущої інформації. Такий підхід найбільше відповідає принципу незмінності рівнів та критеріїв інформаційної культури, які забезпечують уміння вести інформаційно-комунікаційний діалог.

По-четверте, формування інформаційної культури є першорядним завданням державної ваги. За кордоном цій проблемі вже давно приділяється особлива увага, у низці країн розроблено та реалізовано концепції інформаційної чи медіа-освіти («Media Education»), які є першоосновою формування інформаційної культури суспільства в цілому. У нашій країні про необхідність розробки такої концепції заговорили лише на початку ХХІ століття, але й сьогодні це питання ще не стало предметом детального обговорення на державному рівні. Досі немає чіткої державної програми інформаційної освіти і, як наслідок, ефективної моделі формування інформаційної культури суспільства.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблеми розвитку сучасного інформаційного суспільства досліджували українські науковці – А. Колодюк, В. Кравець і В. Кухаренко, Н. Нанівська та В. Нікітін.

Метою дослідження є вивчення інформаційної культури сучасного українського суспільства, а також проведення дослідження інформаційної культури у молоді Київського національного університету імені Тараса Шевченка.

Відповідно до мети дослідження було вирішено такі **завдання**:

- вивчення підходів до трактування поняття «інформаційної культури» і його сутності;
- дослідження елементів інформаційної культури;
- дослідження етапів розвитку та об'єктів інформаційної культури;
- аналіз феномену інформаційної культури в сучасному українському суспільстві;

- дослідження впливу глобалізації на становлення інформаційної культури в українському соціумі;
- визначення стратегії розвитку інформаційного суспільства та інформаційно-комунікативної культури в Україні;
- організація дослідження інформаційної культури у молоді та аналіз отриманих результатів.

Відповідно **об'єктом дослідження** виступає інформаційна культура суспільства. **Предметом дослідження** є суспільні відносини щодо формування та розвитку інформаційної культури, а також відношення молоді до інформаційної культури.

Методологічною основою дослідження є:

- методи індукції, дедукції, абстрагування, узагальнення, аналізу і синтезу;
- історичний метод – при дослідженні етапів розвитку та об'єктів інформаційної культури;
- логіко-структурний аналіз – при дослідженні впливу глобалізації на становлення інформаційної культури в українському соціумі, а також при аналізі феномену інформаційної культури в сучасному українському суспільстві;
- програмно-цільовий метод – при формуванні ключових напрямів стратегії розвитку інформаційного суспільства та інформаційно-комунікативної культури в Україні;
- формально-правовий метод – при аналізі підходів до трактування поняття «єдиний ринок» та методології дослідження ефективності єдиного ринку;
- статистичний та структурно-функціональний методи – при аналізі характеристик сучасного стану єдиного ринку ЄС та особливостей статусу учасників єдиного ринку ЄС;
- наскрізне анкетування за допомогою Google-форми – при організації дослідження інформаційної культури у молоді та аналіз отриманих результатів;

Емпіричною основою дослідження стали роботи зарубіжних та вітчизняних науковців, які досліджують інформаційну культуру, статистична інформація, матеріали моніторингу ЗМК, а також особисті спостереження.

В якості **інформаційної бази** використані матеріали міжнародних та галузевих організацій, монографічні видання вітчизняних і зарубіжних дослідників; матеріали міжнародних конференцій, інформація мережі Інтернет.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ДОСЛІДЖЕННЯ ФЕНОМЕНУ ІНФОРМАЦІЙНОЇ КУЛЬТУРИ

1.1. Поняття і сутність інформаційної культури

Інформаційна культура – це поняття з кількома, іноді суперечливими визначеннями. Тим не менш, у той час, коли соціальні та когнітивні аспекти інформаційно-комунікаційних систем визнаються такими ж важливими, як і технологічна функціональність, концепція інформаційної культури демонструє значну цінність.

Інформаційна культура є відносно недавнім поняттям, але, тим не менш, привернула дослідницький інтерес з усього світу. Першу згадку про інформаційну культуру зазвичай приписують дослідниці з Фінляндії Маріам Гінман [Ginman, 1993], яка висловила концепцію інформаційної культури як такої, яка відкрита до змін та інновацій – зокрема, коли керівництво реагує на інформацію про зовнішнє середовище. Іншими словами, інформаційна культура представлялася як необхідний і бажаний стан, щоб організація була успішною та конкурентоспроможною. Робота Гінман спонукала до подальших досліджень і продовжує залишатися основою для досліджень. Однак цей погляд на інформаційну культуру був розширений іншими дослідниками [Oliver, 2014], щоб охопити всі культурні умови, тобто ті, в яких інформація може погано управлятися, а також ті дуже позитивні ситуації, коли ефективні системи і процеси були успішно впроваджені та належним чином використовуються всіма зацікавленими сторонами.

У літературі відображено два кластери визначень інформаційної культури. Один кластер розглядає інформаційну культуру як «культуру інформації», середовище, в якому інформація добре управляється та використовується ефективно та результативно. Інший кластер розглядає концепцію як відображення культурних цінностей, ставлення та поведінки,

пов'язаної з інформацією, незалежно від того, чи є вони позитивними чи негативними, ефективними чи неефективними. Відповідно, всі організації та спільноти, де б у світі вони не знаходилися, матимуть інформаційну культуру. Крім того, чим складніша сутність, тим більша ймовірність, що вона буде характеризуватися кількома інформаційними культурами.

У діловодстві ця концепція інформаційної культури була визнана критичною особливістю, яку необхідно брати до уваги при розробці та впровадженні стратегій діловодства. Доказом цього визнання є той факт, що інформаційна культура є одним із трьох аспектів аналізу, виявлених в діловодній інформатиці, новому підході до управління записами, розробленому австралійськими авторами [Upward, 2013].

Однак ця концептуалізація інформаційної культури також застосовна до інформації та даних, якими керують для цілей, відмінних від звітності. Виміри інформаційної культури можна пристосувати для зосередження на різних середовищах і налаштуваннях або їх можна використовувати для забезпечення широкого простору для аналізу цілісного уявлення про проблеми та виклики, пов'язані з управлінням інформацією та даними в організаційному чи громадському контексті.

Перш ніж розглянути інформаційну культуру більш детально, дуже важливо підкреслити багатовимірну природу культури як конструкції. Часто трапляються спроби надмірно спростити культуру, особливо в контексті організаційної культури. Ці надмірні спрощення в англomовному світі можуть простежуватися до популістської теорії управління, зокрема, до праці Томаса Пітерса та Річарда Вотермена «У пошуках досконалості» (1985), де науковці приписували організаційній культурі вирішальну роль в успіху компаній і припускали, що неуспішним організаціям просто необхідно змінити свою культуру. Однак складність культури така, що її неможливо просто змінити; необхідно визнати вплив фундаментальних цінностей і вірувань. Наукові дослідження допомогли розширити цей спрощений погляд, і дослідження Герта Хофстеде, зокрема, сприяли усвідомленню багатьох шарів або рівнів

культурних впливів [Hofstede, 2001]. Наприклад, в організаційних умовах три рівні були визначені як важливі: національний, професійний і корпоративний. Шар корпоративної культури є найбільш поверхневим і найбільш сприйнятливим до змін. На це може вплинути, наприклад, зміна керівництва, що може призвести до підтримки інших стилів управління. Або може відбутися зміна візуального іміджу, яка може відображати бажаний новий імідж або стратегічний напрямок. Проте важливо визнати важливий вплив, який справляють шари культури, які відображають соціалізацію людей, виховання, освіту та вибір кар'єри.

Хоча поняття «інформаційна культура» відносно міцно увійшло в наше повсякденне життя, однак у науковому плані воно не є усталеним і однозначно визначеним. В даний час можна виділити два основні підходи до його трактування: культурологічний та інформаційний, в основі яких лежать два фундаментальні поняття – «культура» та «інформація». На перший погляд, здається, що їх виділення та відокремлення сприяє посиленню аспектологічної основи, оскільки наукове поняття розглядається під кутом зору конкретних наук та наукових напрямів, що привносить певну «наукову суб'єктивність» та сприяє домінуванню у його змісті позицій цих наук та наукових напрямів. З філософської точки зору принципової відмінності в цих підходах немає: в обох випадках йдеться про відображення специфіки певного етапу розвитку людської цивілізації, в основі духовної та практичної діяльності якого лежить адекватний йому рівень функціонування (культури) інформації. У зв'язку з цим культурологічний підхід не тільки відображає досягнутий історичний рівень розвитку суспільства, а й безпосередньо залежить від нього, а інформаційний підхід, який часто помилково представляє інформаційну культуру через домінанту комп'ютерної грамотності, висвічує нові грані духовно-практичного освоєння дійсності, пов'язані з входженням суспільства на певну стадію розвитку (у даному разі – інформаційну). Іншими словами, інформаційна культура є одночасно і результатом, і якісним показником історичних етапів

розвитку суспільства, в яких винятково важливу роль відігравали інформаційні революції.

Каррі А. та Мур К. дають наступне визначення інформаційної культури – це культура, яка сприяє ефективному управлінню інформацією, де «визнається цінність і корисність інформації для досягнення оперативних і стратегічних цілей, де інформація формує основу організаційного прийняття рішень, а інформаційні технології охоче використовуються як засіб створення ефективних інформаційних систем» [Curry, 2003]. За Олівером інформаційна культура є частиною всієї організаційної культури. Тільки розуміючи організацію, можна досягти прогресу в діяльності з управління інформацією [Oliver, 2011].

Гінман [Ginman, 1988] визначає інформаційну культуру як культуру, в якій трансформація інтелектуальних ресурсів підтримується поряд з трансформацією матеріальних ресурсів. Інформаційна культура – це середовище, де знання виробляються за допомогою соціального інтелекту, соціальної взаємодії та знань про роботу.

Кронін Б. і Девенпорт Е. визначають інформаційну культуру як частину організаційної культури, де оцінка та ставлення до інформації залежать від ситуації, в якій працює організація. В організації кожен має різне ставлення, але інформаційний профіль повинен бути пояснений, тому важливість інформації повинна бути усвідомлена керівниками. Інформаційна культура також стосується формальних інформаційних систем (технологій), загальних знань, індивідуальних інформаційних систем (ставлення) та інформаційної етики [Cronin, 1993].

Науковець Чу та інші [Choo, 2008] розглядали інформаційну культуру як соціально спільні моделі поведінки, норми та цінності, які визначають значення та використання інформації в організації. Крім того, такі вчені, як Мануель Кастеллс, стверджують, що інформаційна культура виходить за рамки організацій, а участь уряду через політику має значення для досягнення норм і цінностей [Castells, 2011].

Українські науковці В. Брижко, В. Мілітарьов, І. Яглом, Л. Винарик, О. Щедрін, Е. Семенюк, В. Цимбалюк розглядають інформаційну культуру як рівень розвитку інформаційних зв'язків у суспільстві і характеристику інформаційної сфери діяльності людей.

Пік дискусійних обговорень проблем інформаційної культури припадає на кінець ХХ ст. – період, коли у світовому науковому співтоваристві остаточно утверджується концепція інформаційного суспільства як закономірності цивілізаційного розвитку соціуму. Не випадково: за твердженням одного з провідних фахівців у цій галузі А. Д. Урсула, «інформатизація є соціотехнологічним процесом і закономірністю у суспільному розвитку, яке, в свою чергу, складається із системи закономірностей руху інформації, поширення нових інформаційних технологій та соціального середовища, що взаємодіє з ними».

Інформаційна культура – це специфічна характеристика поступального розвитку людської цивілізації: на кожному етапі історичного розвитку людство стикається з певним рівнем інформаційної культури, але на всіх етапах цього розвитку вона не лише органічно вплетена в реальну тканину соціального життя, а й створює її нову якість. Саме ця особливість в умовах формування інформаційного суспільства настійно і об'єктивно вимагає від кожної людини володіти знаннями про інформаційне середовище та закономірності її функціонування, опанувати сучасні інформаційні технології, тобто історично новим рівнем культури поведіння з інформацією.

Саме тому нині об'єктивно назріла потреба у спеціальних дослідженнях інформаційної культури як специфічного соціального явища, компонента формування та критерію розвитку інформаційного суспільства. Тому видається, що вивчення її змісту, специфіки формування, розвитку та ролі в суспільстві має включати різні напрями досліджень, в тому числі історичні, філософські, соціологічні, соціально-політичні, соціально-економічні, соціально-психологічні, філологічні, власне технологічні та інші аспекти становлення, формування, розвитку інформаційної культури як соціального явища.

З іншого боку, саме тому сучасний етап розвитку українського суспільства об'єктивно диктує необхідність звернення пильної уваги на проблему підготовки кожної людини, особливо молоді, до життя та діяльності в інформаційному суспільстві, заснованому на сучасних інформаційних технологіях створення, обробки, зберігання та розповсюдження різних видів та типів масової інформації, а також формування навичок та умінь у сфері самостійного пошуку, оцінки, сприйняття та гуманістично спрямованого соціального використання інформації – всього того, що входить до змісту поняття «інформаційна культура».

За словами І. Ломачинської та Б. Ломачинського, інформаційна культура – це динамічний феномен накопичення, збереження і передачі знаннєвого потенціалу людства, що відображає діалектичну єдність постійного творення нових засобів і способів освоєння навколишньої інформаційної реальності та збереження соціального досвіду [Ломачинська, 2020].

Поняття інформаційної культури розглядається у різних аспектах – психологічному, лінгвістичному, соціальному, правовому, економічному, педагогічному та з позицій різних підходів – культурологічного, інформаційного, соціотехнічного. Це пов'язано зі складністю та багатогранністю феномена інформаційної культури особистості, спеціаліста, суспільства.

Значення інформаційної культури у суспільстві обумовлюється її соціальними функціями, такими як:

- гносеологічна, проявляється у самоосвіті та освіті особистості;
- адаптаційна – інформаційна культура є механізмом єдиного можливого аналітичного пристосування людини до мінливих умов існування інформаційного суспільства;
- інтегруюча – дозволяє об'єднувати співтовариство в єдину систему на основі знань, норм і цінностей;
- регулятивна – розвиває суспільно допустимі форми поведінки людей;

– комунікативна – дозволяє особистості позитивно суспільно взаємодіяти в інформаційному просторі з урахуванням вивченої інформації.

Всі вищезазначені функції сприяють подальшому розвитку інформаційної та професійної культури особистості.

Інформаційну культуру особистості можна аналізувати як ступінь задоволення в інформаційному спілкуванні, ефективність створення, збирання, зберігання, переробки, трансляції, подання та використання інформації, досягнутої величину організації інформаційних процесів.

Сучасна людина повинна мати досить високий рівень культури поведінки з інформацією, вміння її використовувати для вирішення професійних завдань та створення інноваційних продуктів. Опанування інформаційної культурою – це шлях універсалізації якостей особистості, який дає можливість зрозуміти самого себе, свою роль та місце у суспільстві. Значну роль формуванні інформаційної культури особистості відіграє система освіти, яка здатна готувати спеціалістів, які мають необхідні навички та вміння. На рубежі XX-XXI ст. вищій освіті почала приділятися велика увага як у зв'язку з розвитком суспільства та його переходом на новий етап розвитку (постіндустріальний, інформаційний, мережевий), так і у зв'язку з трансформаціями самої системи вищої освіти [Палеха, 2020]. Нова освітня модель має задовольняти вимогам інноваційності, модальності та безперервності, антропологізму та демократизму, універсальності, фундаментальності та синтезу [Прудникова, 2016].

Як ключові критерії інформаційної культури особистості дослідники виділяють такі її вміння, як [Прудникова, 2014]:

- чітке визначення своєї потреби в інформації;
- здійснення ефективного пошуку необхідної інформації з використанням різноманітних інформаційних ресурсів;
- якісний відбір та об'єктивна оцінка інформації;
- засвоєння інформації та перетворення її в якісно нову;
- комп'ютерна грамотність та навички інформаційного спілкування.

Всі зазначені вміння повинні ґрунтуватися на усвідомленні ключової ролі інформації в соціумі, розумінні законів інформаційного середовища та свого місця в ньому, на здатності використовувати нові інформаційно-комунікаційні технології. Варто наголосити, що в сучасному суспільстві доля кожної конкретної людини багато в чому залежить від її інформаційної культури, вона органічно входить у дійсну тканину соціального життя, надає їй нової якості, призводить до трансформації багатьох соціально-економічних, політичних і духовних уявлень, що сформувалися, привносить істотно нові риси в спосіб життя людини, сприяє справжньому пізнання нею самої себе, свого місця і ролі в навколишньому світі та історії.

1.2. Елементи інформаційної культури

Розглядаючи структуру інформаційної культури, необхідно виділити її складові, елементи.

Гіндл [Hindle, 1997] припускає, що шість елементів складають інформаційну культуру:

- потоки інформації – горизонтальні та вертикальні;
- суб'єкти, які мають доступ до інформації, необхідної для виконання своєї роботи;
- рішення, що ґрунтуються на обґрунтованому судженні;
- кожен розглядає управління інформацією як частину своєї ролі;
- обмін інформацією для побудови ефективних робочих відносин;
- ІТ розглядаються як інструмент для досягнення бізнес-результатів.

Каррі та Мур [Curry, 2003] визначають шість елементів, важливих для оцінки інформаційної культури:

- комунікаційні потоки;
- партнерство між організаціями;
- внутрішнє середовище;

- управління інформацією;
- процеси та процедури;
- лідерство.

Інформаційна культура характеризується складними структурними елементами, наприклад:

- комунікативний (культура спілкування);
- лексичний (мовний, культура листування та оформлення ділової документації);
- книжковий, читацький (культура читання);
- інтелектуальний (культура наукового дослідження та розумової праці);
- інформаційно-технологічний (культура використання сучасних інформаційних технологій);
- інформаційно-правовий;
- світоглядний та моральний;
- бібліографічний.

Комплексну трирівневу пірамідну модель інформаційної культури розробили Олівер і Фоскаріні [Oliver, 2014], які використовують її для створення основи для обговорення питань, пов'язаних з інформаційною культурою.

1. Основа піраміди, перший рівень, охоплює ті фактори, які водночас є дуже впливовими і які також дуже важко змінити. Їх може бути особливо важко ідентифікувати, але якщо немає повного усвідомлення та розуміння того, що відбувається на цьому фундаментальному рівні, немає реальної надії вплинути на зміни або на те, що впроваджені нові стратегії досягнуть бажаних результатів.

Перший фактор, зазначений у основі піраміди, стосується поваги або цінності інформації.

Другий фактор, інформаційні переваги, зазначений на першому рівні піраміди, так само складний. Уподобання можна розглядати за трьома широкими категоріями, але всі три категорії можуть бути пов'язані з

національними культурними відмінностями, хоча необхідні подальші дослідження, щоб підтвердити або спростувати це припущення.

Третя категорія інформаційних уподобань пов'язана з готовністю людей ділитися інформацією з іншими, а також з рівнем деталізації, до якого вона вважається доцільною.

Решта два фактори на першому рівні стосуються наднаціонального культурного шару, який може перетинати національні кордони. Питання, пов'язані з мовою, можуть бути дуже важливими, але їх не враховують при розгляді управління інформацією.

2. Середній рівень інформаційної культури пов'язаний з навичками, знаннями та досвідом, які люди мають щодо управління інформацією та/або даними, незалежно від мети, з якою потрібно керувати інформацією чи даними. Тут слід розглядати дві точки зору: грамотність і знання відповідних суспільних вимог.

Навички інформаційної та цифрової грамотності є життєво важливою сферою в сучасному середовищі, де технології доступу, створення, використання та розповсюдження інформації є у кожного під рукою, без потреби в посередництві професіонала з інформації.

3. Третій рівень: вершина піраміди. Розташування двох факторів на третьому рівні, вершині піраміди, відображає той факт, що, на відміну від тих ознак, визначених у основі, вони є найбільш відкритими для змін. Проте, як зазначалося вище щодо потреб у навчанні, вони найбільш сприйнятливі до змін, якщо до них підходити з хорошим розумінням характеристик, визначених на першому та другому рівнях.

Вирішальне значення для управління інформацією в організаціях мають прийняті рішення щодо управління інформацією. На першому рівні було зроблено посилення на необхідність усвідомлення обмежень і можливостей, які надає технологічна інфраструктура країни або географічного регіону. На третьому рівні увага зосереджена на місцевому середовищі, таким чином включає корпоративне управління інформаційними технологіями – системи, за

допомогою яких спрямовується та контролюється поточне та майбутнє використання ІТ. Це включає політики, процедури та специфікації для загальної інформаційної архітектури, а також міркування щодо безпеки.

Інший фактор, визначений на третьому рівні, стосується міжособистісних стосунків між особами, відповідальними за надання послуг управління інформацією, та їхніми цільовими користувачами на робочих місцях чи в інших соціальних умовах. Якщо людині, яка виконує роль управління інформацією, не довіряють, то люди, ймовірно, не будуть повністю співпрацювати, якщо вони відчують ризик втрати важливої для них інформації. Особливо для працівників інтелектуальної техніки інформація, ймовірно, стане основою їхньої роботи. Без достатньої інформації під рукою або можливості отримати доступ до інформації за потреби досягнення робочих цілей може стати набагато менш імовірним, а невдача – реальною можливістю. Таким чином, обхід або навіть саботування місцевих систем управління інформацією може сприйматися як важливий для виконання своїх робочих зобов'язань, і не можна недооцінювати обов'язковість цього. Визнання та вирішення цього фактора третього рівня вимагає критичної саморефлексії з боку інформаційного професіонала та готовності слухати і серйозно сприймати проблеми користувачів.

На сьогоднішній день формування інформаційної культури особистості є соціальним замовленням даного етапу розвитку суспільства, оскільки культура інформаційного суспільства, що будується, визначається рівнем культури людей. Все це має велике значення, оскільки успішність інформатизації в тій чи іншій країні визначатиме роль та місце цієї держави у світовому співтоваристві.

1.3. Етапи розвитку та об'єкти інформаційної культури

За всю історію розвитку цивілізації відбувалося кілька глибоких та якісних змін у всіх сферах життя людини. Ці зміни були пов'язані з

впровадженням нових засобів зберігання, обробки та передачі інформації. Кожен з таких етапів отримав назву «інформаційна революція».

Перша подібна «Революція» була пов'язана з винаходом писемності, цей найважливіший прорив у розвитку людства стався близько 5 тис. років тому, люди виявили спосіб серйозно розширити можливості пам'яті та ефективніше систематизувати інформацію. З'явилася можливість передачі інформації від покоління до покоління, що призвело до гігантського стрибка у розвитку суспільства [Данильян, 2013].

Слід зазначити, що з інформацією людина мала справу завжди, починаючи з першої інформаційної революції – зародження мовлення. Але самі інформаційні технології (примітивні – усне і письмове мовлення) на той час неможливо говорити, що вони визначали розвиток суспільства [Дзьобань, 2015].

Винахід писемності як інтенсивний прорив завжди визнавалася найбільшою подією в історії людської цивілізації. Розглядаючи даний етап, ми явно можемо говорити про те, що винахід друкарства радикально змінив індустріальне суспільство, культуру, організацію діяльності суспільства та породила собою в середині XVI століття другу інформаційну «Революцію». Широке поширення знань, що привело до винаходу друкованої книги, наймовірно прискорило розвиток людства. Прогрес настав у всіх галузях життєдіяльності. Очевидно, змінився навіть менталітет людини, не випадково появу друкованої книги порівнюють з винаходом колеса [Дзьобань, 2019].

Третя «Революція», що мала місце наприкінці XIX століття, була зумовлена прогресом розвитку засобів зв'язку. Саме в цей історичний період почалося зародження процесу, який має назву «глобалізація», прогресивні засоби передачі інформації значною мірою сприяли бурхливому розвитку науки і техніки.

Теоретичний аналіз літератури дозволив стверджувати, що винахід у 70-ті роки XX століття мікропроцесорної технології та поява персональних комп'ютерів, спровокували четверту епоху «Інформаційної Революції». У цей

період на заміну механічним та електричним прийшли електронні засоби перетворення інформації, відбулася мініатюризація всіх вузлів, пристроїв. У приладах та машин були створені програмно-керовані пристрої та процеси.

Аналіз засвідчив, що саме четверта інформаційна «Революція» дала поштовх до таких істотних змін, що визначив передумови появи нового терміну «Інформаційне суспільство». Інформаційне суспільство – дуже складне і комплексне поняття, сутність якого визначається наявністю і розвитком комп'ютерних технологій і комунікацій [Дзьобань, 2012]. В інформаційному суспільстві основним і найважливішим ресурсом стає інформація, а більшість людей зайнято її виробництвом, зберіганням, переробкою та реалізацією.

Зараз людство перебуваємо на порозі вже наступної інформаційної революції, і вона, звичайно ж, пов'язана з новітніми технологіями, а саме штучним інтелектом, який дає змогу ретельно вивчити як людина вирішує певні завдання та приймає рішення, щоб розробити програмні засоби, що відтворюють ці процеси на комп'ютері [Дзьобань, 2013].

Аналізуючи попередні тенденції, ми розуміємо, що сама ідея штучної подоби людини для вирішення складних завдань і моделювання людського розуму визрівала задовго до винайдення штучного інтелекту. Один середньовічний філософ, поет і математик Раймонд Луллій у XVIII столітті намагався створити механічний пристрій для вирішення різних завдань, проте остаточне народження штучного інтелекту як наукового спрямування відбулося лише після створення ЕОМ у 1940-х роках. Водночас слід наголосити, що перше у списку областей практичного застосування і на сьогоднішній день використовуваний штучний інтелект стоїть у промисловості. Провідні світові компанії та фірми, які хочуть бути конкурентоздатними, звертають увагу на інтелектуальні рішення для свого виробництва.

Нині людство переходить новий етап цивілізації, де інформація сприймається як стратегічний ресурс. На цьому новому етапі, який називається «інформаційним суспільством», значною мірою змінюються й умови, необхідні для задоволення життєвих потреб людей. Однією з найважливіших умов змоги

зайняти людиною гідне місце в цьому новому суспільстві, є володіння нею високою інформаційною культурою.

Досліджуючи основні етапи розвитку інформаційної культури, ми розуміємо, що, перебуваючи на порозі п'ятої інформаційної революції, люди самі того не помічаючи, пропускають через себе колосальні потоки різної інформації, щоб орієнтуватися в цьому потоці і приймати правильні рішення людина повинна мати зрозумілу, повну, розумну, корисну, актуальну, об'єктивну, точну та достовірну інформацію. Значущість тих чи інших властивостей інформації визначається конкретною ситуацією.

На сучасному етапі розвитку суспільства під інформаційною культурою розуміють систему знань, умінь, навичок, що дозволяють людині працювати з інформацією [Паршуков, 2014].

Дивлячись на ці фактори та володіючи певним рівнем інформаційної культури, сучасна людина може отримувати інформацію з різних джерел, аналітично переробляти її та ефективно використовувати, застосовувати свої у діяльності комп'ютерні технології та різні технічні засоби, розмовляти мовою будь-яких інформаційних ресурсів, що зустрічаються у житті сучасної людини.

У цьому контексті варто зазначити, що інформаційна культура на сучасному етапі має вкрай важливе значення. Інформаційний устрій сучасного суспільства стрімко перебудовується під вплив швидкозмінних і впроваджуваних інформаційних технологій і тільки людина, що легко орієнтується в цьому інформаційному потоці, може вважати себе по-справжньому вільною.

Все сказане вище переконує нас, що інформаційна культура сьогодні – складова частина загальної культури, спрямована на забезпечення інформаційних потреб суспільства. Безперечно, рівень інформаційної культури впливає на успішне життя людини і є невід'ємним показником її інтелектуального розвитку.

Висновки до Розділу 1

Отже, в даному розділі дослідження автором досліджено підходи до трактування поняття «інформаційної культури» і його сутності. Резюмуючи попередні думки щодо значення інформаційної культури особистості в сучасному суспільстві можна сказати, що вивчення наукової літератури на цю тему дає можливість стверджувати, що:

– по-перше, інформаційну культуру необхідно аналізувати як цілісне утворення, що відбиває поєднання знань про культуру людства та людину;

– по-друге, при розгляді змісту інформаційної культури вивчається певна сукупність знань та умінь особистості, які залежать від гуманітарного чи технократичного підходів дослідників до розуміння феномену «інформаційна культура особистості»;

– по-третє, більшість авторів розуміють під інформаційною культурою якісну характеристику особистості.

Також було визначено основні елементи інформаційної культури та досліджено етапи розвитку інформаційної культури, які історично були пов'язані в основному з впровадженням нових засобів зберігання, обробки та передачі інформації. Автором досліджено комплексну трирівневу пірамідну модель інформаційної культури розробили Олівер і Фоскаріні, які використовують її для створення основи для обговорення питань, пов'язаних з інформаційною культурою.

Підсумовуючи досліджене, можна зробити висновок, що безумовно в сучасному світі вже недостатньо просто вміти самостійно освоювати та накопичувати інформаційні знання та навчатися технологіям роботи з інформацією. Необхідно прагнути розуміння інформаційних процесів, які панують у суспільстві, та вдосконалення власних умінь, пов'язаних з освоєнням інтелектуальної інформацією. Існує безліч визначень, що відображають різні грані цього складного поняття, що динамічно розвиває.

РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ТЕНДЕНЦІЙ СТАНОВЛЕННЯ ТА РОЗВИТКУ ІНФОРМАЦІЙНОЇ КУЛЬТУРИ СУЧАСНОГО УКРАЇНСЬКОГО СУСПІЛЬСТВА

2.1. Феномен інформаційної культури в сучасному українському суспільстві

Перш ніж аналізувати феномен інформаційної культури в сучасному українському суспільстві, важливо визначити його історичну зумовленість. Справа в тому, що стрімкий розвиток комп'ютерних технологій та їх впровадження в сферу соціальних комунікацій показали ефективність їх використання у повсякденному житті. Чималу роль тут відіграють комп'ютерні ігри, оскільки вони дозволяють побудувати відмінний від реальності світ з багатьма можливостями, які неможливо реалізувати в соціальній реальності. Основним елементом Інтернет-мереж, що сприяв їх активному поширенню, стала відсутність необхідності географічної локалізації. Не виходячи з дому, можна брати участь в онлайн-організаціях. Основна увага приділяється спільним інтересам, ідеології, напрямкам. Соціальні мережі стали своєрідним майданчиком для висловлення думок про якісь події та їх обговорення.

Як зазначає з цього приводу Кириченко [Кириченко, 2017], інформаційна культура розвивається в контексті культурного розвитку цивілізації і є вищою стадією її розвитку. Таким чином, його можна пояснити як соціально-історичний та онтологічно-еволюційний досвід цивілізації. Це й не дивно, враховуючи, що віртуальна реальність є основним результатом людської творчості, а також творчим проектом для подальшого покращення життя в усіх сферах. Тому зростання ролі мережевого суспільства стало своєрідною відповіддю на подальший історичний розвиток суспільства в епоху постмодерну. Інтернет-мережі відіграють ключову роль у подальшій еволюції суспільства.

Відомо, що одним із ідеологів теорії інформаційного суспільства є іспанський соціолог М. Кастельс, який звертає увагу на вищезазначені зв'язки. Зокрема, науковець стверджує, що розвиток віртуальних спільнот можна розуміти як кульмінацію історичного процесу поділу місця розташування та комунікації у створенні спільноти. Дійсно, нові електоральні моделі суспільних відносин замінюють форми взаємодії між людьми, засновані на територіальних зв'язках. Це дуже важливий момент, як зазначає вчений, оскільки це те, що він називає «комунікативною автономією» [Кастельс, 2000]. Люди можуть спілкуватися один з одним, обговорювати, організовувати, вносити пропозиції. Це досить життєво важливо, оскільки Інтернет сьогодні еквівалентний електриці в індустріальному суспільстві, і все працює через соціальні та комп'ютерні мережі [Castells, 2020].

Отже, віртуалізацію суспільства слід розглядати як цілком обґрунтований історико-культурний процес. Хоча елементи віртуальності були досить прихованими в попередні історичні епохи, віртуалізація стала невід'ємною рисою сучасної культури з появою комп'ютерних технологій. Справді, це новий етап історичної еволюції суспільства від індустріального до постіндустріального, або інформаційного, віртуального. Що стосується такої перспективи українського суспільства, то відхід від радянської суспільної системи, а також орієнтація на західноєвропейську культуру лише прискорили активізацію входження у світову соціальну мережу (переважно участь активних людей) та поширення інформації, технологій.

Соціологічні показники досить добре виявляють рівень інформаційної культури соціального середовища. Важливе значення для вивчення основних принципів інформатизації та віртуалізації українського суспільства мають показники Київського міжнародного інституту соціології (КМІС), дані соціологічної компанії GFK-Україна та інші соціологічні дослідження. За даними GFK-Україна, українські інтернет-користувачі, за їхніми оцінками, стали проводити значно більше часу в соціальних мережах. За даними КМІС, наприклад, у період з 2002 по 2010 рік спостерігалось повільне зростання

кількості користувачів Інтернету з 1 % до 6 %. У майбутньому їх буде значно більше: подальші дослідження КМІС показали, що у вересні 2013 року частка користувачів Інтернету сягнула 49,8 % [КМІС, 2013].

Про те, що Україна стала країною, де половина дорослого населення користується Інтернетом, свідчать результати дослідження GfK Ukraine щодо онлайн-покупок. Станом на квітень 2018 року дані свідчать, що 50 % користувачів Інтернету в Україні віком від 16 років, які мали досвід онлайн-шопінгу, шукали інформацію про товар зі смартфонів, а 43 % робили замовлення за допомогою смартфона [GfK, 2018].

Що стосується статистики соціальних мереж в Україні, то тут виявлені такі показники. Згідно зі світовою статистикою використання соціальних мереж у відсотковому співвідношенні в липні 2018 року, монопольне становище зберігав Facebook, який контролює понад 60 % ринку соціальних мереж, близько 6,5 % належить Instagram. Сервіси-конкуренти – Pinterest, Twitter (по 11 %), Tumblr (менше 1 %). Схожа ситуація спостерігається і в Україні, де у 2018 році найпопулярнішими соціальними мережами є Facebook 53,11 % та Instagram 16,79 %. YouTube займає третє місце (9,1 %), що зберігає незмінні позиції як у часі, так і за територією, тобто скрізь і завжди. Четверте місце займає дуже цікава соціальна мережа «Pinterest» (8,88 %), яка почала стрімко розвиватися завдяки деяким нововведенням. Twitter також займає фіксовану позицію [Юдін, 2018].

З 2014 року українські соціальні мережі переживають справжній бум. За словами Мартиненка [Мартиненко, 2018], буквально за кілька тижнів у березні-квітні в українському сегменті Інтернету з'явилося декілька нових мереж, які, як зазначають розробники, мають стати альтернативою. До власне українських соціальних мереж, які виникли протягом 2014-2017 років, належать: UkrOpen, hurtom.com, ukrface.com.ua, <http://druzi.org.ua>, <http://vsitut.com/>, Українці, <http://www.uamodna.com/>, Ячудо, FamalyUA. СІЧ.УКР, ЦИМБОР тощо. Хоча деякі з них сьогодні припинили своє існування, така велика кількість

соціальних мереж свідчить про активну участь населення України у всесвітній мережі.

Крім того, стрімке поширення Інтернету сприяло певним трансформаціям у різних сферах суспільного життя. У вересні-грудні 2017 року КМІС провів опитування щодо умов праці працівників цифрових платформ. Виявилось, що щонайменше 3 % української робочої сили задіяні в онлайн-роботі. Водночас 18 % українських офісних працівників вже спробували цифрову роботу і хотіли б взагалі перейти на неї; один із двох бачить у цьому додаткове джерело доходу. Результати опитування показують, що цифрові платформи змінили спосіб роботи та сприйняття роботи як компаніями, так і працівниками [КМІС, 2017].

За іншими даними, енергетична компанія ДТЕК спільно зі стартапом Sensorama в 2019 році повністю розробила віртуальний симулятор теплоелектростанції, який допоможе навчати співробітників в реальних умовах за допомогою AR. Важливо, що ARbrowser – перша в Україні платформа для завантаження 3D-моделей різних товарів у AR-додаток. Сервіс дозволяє меблевим магазинам, ювелірним магазинам, продавцям споживчої електроніки демонструвати клієнтам свої товари в поточному розмірі за допомогою доповненої реальності [Ценцура, 2019].

Отже, наведені вище результати соціологічного дослідження містять цінну інформацію, оскільки свідчать про існування нової інформаційної/віртуальної культури в українському суспільстві, що має великий вплив на людей і суспільство в цілому, створюючи певний світогляд, спрямований на ототожнення життя людини з віртуальним світом (наприклад, позиціонування з якимись віртуальними героями, подіями). Іншими словами, людина як активний користувач мереж і споживач інформації поступово заглиблюється в побудований нею новий віртуальний світ, втрачаючи межу між соціально-історичною реальністю та віртуальною реальністю.

Щодо форм вираження віртуалізації суспільства в українській культурі, то відбувається віртуальна взаємодія, яка відкриває широкі можливості для

реалізації людиною соціальних потреб, проектів загалом, таким чином активізуючи форми вираження віртуалізації суспільства. Що стосується суспільства, то тут важливо виділити віртуальні спільноти та віртуальні держави.

Однією з форм участі в кіберпросторі є віртуальні спільноти. На думку деяких дослідників, віртуальне співтовариство – це сукупність соціальних зв'язків і відносин, опосередкованих Інтернетом, мета яких полягає у встановленні міжособистісного спілкування між людьми та створенні мережі друзів для задоволення різних соціальних потреб [Пелешишин, 2013]. Основним суб'єктом взаємодії у віртуальних спільнотах є користувач-людина, який має декілька профілів у соціальних мережах.

У цьому ракурсі віртуальні спільноти слід розглядати як специфічні копії реальної соціальної системи, історичної реальності, яка, на відміну від останньої, може багатоваріантно змінювати хід дій – повертатись до початкового стану, змінювати учасників, конструювати нові правила соціальної поведінки та відповідні інституційні механізми віртуальної спільноти. На відміну від реального суспільства, віртуальне співтовариство спілкується та координується за допомогою мережевих технологій.

Віртуальні спільноти в різних формах є необхідною складовою систем електронного урядування, державного контролю, дистанційної освіти, а також створення енциклопедичних джерел інформації, систем електронного бізнесу, електронних ЗМІ, культурно-етнічних центрів у мережі. Існуючі види віртуальних спільнот орієнтуються на віртуальні спільноти на основі веб-форумів, які, на відміну від інших типів спільнот, характеризуються відкритістю, доступністю та інформативністю [Огорокова, 2018].

Що стосується віртуальних держав, то питання існування таких віртуальних суспільств є одним із пріоритетних у гуманітарних науках. Основна увага тут приділяється сфері юриспруденції, оскільки її функціонування не має чітко визначеного правового статусу. За Шапошниковим [Шапошніков, 2015], де-юре це відповідно анархо-комуна,

творчий союз, самозахоплення та історико-правовий парадокс. Це можна пояснити тим, що віртуальна держава є загальною назвою самопроголошених утворень. Вона може знаходитися як на певній території, так і в Інтернеті, і, при цьому, офіційно не визнаною ні країною, ні світовою спільнотою. Більше того, ця мережа формує у своїх учасників певну ідентичність і лояльність «громадян», що володіють здатністю до мотивації та залучення символічного капіталу, наприклад, у вигляді представлень до нагород або розробки уніформи. З іншого боку, вона має можливість зробити виключення за законами віртуальної держави, які покликані зберегти життєздатність віртуальної спільноти.

До основних ознак віртуальних держав відносяться:

- віртуальні держави – явище новітньої історії (XX-XXI ст.);
- сучасні технології, насамперед Інтернет, що надзвичайно важливі в діяльності віртуальних держав;
- віртуальні держави не володіють значною територією і не надають їй великого значення;
- віртуальні держави є слабкими та «нижчими» порівняно з реальними державами, принаймні зараз [Шапошніков, 2015].

У сучасній науці можна спостерігати використання різних варіацій визначень, ідентичних віртуальній державі, таких як кібердержава, цифрова держава, мікронація. Остання різновид є найбільш суттєвим, оскільки, по-перше, дозволяє говорити про віртуальні держави як результат трансформацій геополітичного простору світової системи, а по-друге, має ширший обсяг таких утворень. Мікронація визначає загальну назву будь-якого суб'єкта, який проголошує свою державність. Однак це не держава, оскільки вона лише імітує її особливості. У цьому сенсі віртуальні держави є своєрідною моделлю штучних держав, створених в Інтернет-просторі.

Найвідомішими мікронаціями, які в поодиноких випадках досі діють в українському віртуальному просторі, є такі: Анділонія (створена в Західній Україні у 2017 році) [Анділонія, 2017]; Карпатський союз (створений у 2017

році як регіональне об'єднання чотирьох держав: Анділонії, Мантикорської Імперії, Королівства Інгреталії та Королівство Соковія) [Карпатський союз, 2017].

Тут слід мати на увазі, що віртуальні держави часто не відповідають жодній нації, не мають національної мови. Крім того, вони побудовані на принципах «подвійного громадянства». Проте ці українські віртуальні держави відкрито проголосили державний статус української мови, розробили свої герб і прапор. «Правова оболонка» цих віртуальних держав включає законодавчі документи, що визначають глобальний правовий простір.

2.2. Вплив глобалізації на становлення інформаційної культури в українському соціумі

Інформаційне суспільство можна розглядати як новий етап у розвитку людства, який характеризується домінуванням інформації, інформаційних продуктів, інформаційних технологій (ІТ) і комунікацій як у сфері виробництва (Індустрія 4.0), так і у сфері споживання, а також становлення інформаційної галузі як складової національної економіки [Zhavoronkova, 2016].

Між процесами глобалізації та інформатизацією суспільного життя існує тісний взаємозв'язок. Така взаємозалежність є очевидною, однак з іншого боку, відбуваються такі глобальні процеси, як: лібералізація, транснаціоналізація тощо, інтернаціоналізація виробництва і капіталу дозволяють всюди поширювати новітню техніку [Яковенко, 2010].

Глобалізація безпосередньо пов'язана з конвергенцією, яка сьогодні формує потенційний ринок інформаційних технологій, основними сегментами якого є такі елементи:

- споживчий сегмент – включає передачу інформації фізичним особам;

– підтримка підприємництва – включає використання продуктів і послуг інформаційних технологій при здійсненні різних видів підприємницької діяльності;

– інтелектуальна праця – це стосується використання та передачі інформації між менеджерами та іншими фахівцями.

Інформаційний ринок шляхом використання інформаційних ресурсів, продуктів, технологій і послуг та за допомогою ІТ виконує одне зі своїх основних завдань – забезпечення інформацією в усіх сферах суспільного життя.

Загальновідомо, що ІТ та комунікації дають можливість швидкої передачі інформації, незалежно від відстаней і тим самим забезпечують створення глобального інформаційного простору. Завдяки ІТ стало можливим більш вільне розміщення виробництва, без прив'язки до розвинених країн.

Основний тренд, який змінює ІТ-інфраструктуру, – віртуалізація. Технологія віртуалізації робить інформаційні ресурси автономними та незалежними. Глобальне дослідження Penn & Berland Associates показує, що 86 % ІТ-керівників планують віртуалізувати 75 % існуючих ІТ-ресурсів у найближчому майбутньому. За даними CIO Research, 85 % компаній використовують віртуалізацію серверів, 37 % – віртуалізацію систем зберігання даних і 34 % – віртуалізацію офісних систем [Чайковська, 2010].

Віртуалізація зберігання інформації відокремлює фізичні системи зберігання від їх логічного представлення. Основна ідея – зосередити всі ресурси різних фізичних систем в одному великому пулі, з якого легко розподілити простір для зберігання різних серверів з різними операційними системами. Ефект віртуалізації особливо помітний там, де потрібно замінити велику кількість фізичних серверів. У структуру витрат проекту віртуалізації входять: обладнання – 20-30 %, ліцензії на програмне забезпечення – 30-40 %, консультаційні та впровадження роботи – 30-40 % [Zhavoronkova, 2017].

Технологія хмарних обчислень забезпечує мережевий доступ для кожного користувача до гнучкого та визначеного набору фізичних або віртуальних ресурсів у певному масштабі, які можна незалежно використовувати та

регулювати за потреби. Відносячи ці технології до проривних, експерти та вчені прогнозують, що в найближчому майбутньому їхній потужний вплив на ринки, економіку та суспільство зросте [ООН, 2014].

У середовищі хмарних обчислень усі дані знаходяться на багатьох мережевих ресурсах, що забезпечує доступ до даних через віртуальні машини. Оскільки ці центри обробки даних можуть бути розташовані в будь-якій частині світу поза межами досяжності та контролю користувачів, існують різні проблеми безпеки, які необхідно вирішити. При цьому висуваються такі вимоги:

- безперервність служби;
- бронювання;
- масштабування кластера даних;
- автоматизація технологічних операцій.

Зазначені вимоги дозволяють збільшити попит, а також мінімізувати витрати на підтримку необхідного рівня сервісу. Водночас у хмарних провайдерів виникають додаткові проблеми. Зрештою, клієнтам потрібне динамічне масштабування в реальному часі, яке забезпечує еластичність поповнення або вилучення ресурсів за потреби. Цей процес дозволяє використовувати модель змінних витрат і забезпечувати динамічний розподіл ресурсів у режимі реального часу з поправкою на пікове навантаження, обчислювальну потужність, пропускну здатність і ресурси зберігання.

Віртуальна технологія включає технологію CALS, яка з'явилася протягом останніх 25 років у Сполучених Штатах та інших розвинених країнах. Це безпаперова технологія, яка втілює електронний опис процесів і продуктів протягом усього їх життєвого циклу. Це їх віртуальна, бездоганна та безпомилкова підтримка від розробки до використання. Продукти можуть створюватися партнерами з різних країн, мова спілкування – стандарти, засоби зв'язку – глобальні комп'ютерні мережі.

Збільшення економічної вигоди CALS-технологій визначається п'ятьма групами факторів [Жаворонкова, 2006]:

- інтенсифікація використання інформаційних ресурсів за рахунок одночасного багаторазового використання численних користувачів;
- рекордне скорочення термінів виходу продукції на ринок і завоювання найбільшого обсягу ринку новим продуктом;
- зменшення постійних витрат за рахунок інтенсивного залучення основних засобів у виробничий цикл;
- істотне зниження вартості виробничих запасів і оборотних коштів;
- підвищення якості продукції за рахунок: скорочення до 40 % кількості продукції; зменшення до 80 % кількості продуктів переробки.

Проблема інтеграції та цілісності даних вирішується на всіх етапах життєвого циклу продукту одночасно. Ця радикальна відмінність зумовила головну економічну перевагу CALS-technology.

Сьогодні точиться жорстка конкуренція за перерозподіл світового ринкового простору у сфері інформаційно-комп'ютерних технологій. Через поширення «хмарних технологій», які раніше були в різних сегментах ринку, зіштовхуються та загострюються інтереси найбільших світових компаній.

Інтернет – це універсальний простір спілкування, в якому співіснують дуже різні інтереси та цінності. Звичайно, поширення інформаційних і комунікаційних технологій відбувається нерівномірно в країнах і секторах суспільства. Слід зазначити, що перспектива переходу до інформаційної ери залежить насамперед від доступності освіти для всіх верств населення, а також можливостей оперативного навчання та обробки інформації [Zavoronkova, 2017].

Важливу роль в інноваційній діяльності розвинутих країн відіграло формування інформаційного суспільства та інфраструктури, адже запорукою активного впровадження інновацій в економіку є обмін інформацією. Усе це потребує подальшого розвитку інформаційної інфраструктури.

В інформаційно-телекомунікаційному аспекті Україна сьогодні не має конкурентних переваг на міжнародних ринках порівняно з розвиненими країнами. Це стосується як якісних, так і кількісних показників, що

характеризують відповідний сегмент вітчизняного ринку на сучасному етапі. Найбільше сукупне значення для розвитку вітчизняної економіки зосереджено в телекомунікаційному секторі таких видів зв'язку: мобільного, супутникового, а також комп'ютерного, що відповідає за включення української економіки в глобальний інформаційний простір Інтернет.

Розвиток інформаційно-комп'ютерних технологій та інформаційно-консультаційних послуг в Україні відображає такі тенденції:

- стрімке падіння цін на доступ до Інтернету;
- мобільний зв'язок, що надає послуги обробки інформації та пересилання електронних документів;
- обмін інформацією переходить від централізованої та ієрархічної моделі до децентралізованої, горизонтальної, рівномірно розподіленої та демократичної;
- перехід від продажу комп'ютерів до їх безкоштовної передачі або продажу за символічну плату з щомісячною оплатою доступу до послуг;
- розповсюдження комп'ютеризованих інтерактивних телевізорів;
- створення кластерів або зон універсального доступу до послуг Інтернету за допомогою бездротових технологій;
- розвиток електронного документообігу в усіх сферах.

Формування національної стратегії розвитку сектору ІКТ в Україні закладе основи цілісної національної системи стратегічного управління, спрямованого на забезпечення досягнення, а потім і довгострокового утримання високого рівня глобальної економічної конкурентоспроможності країни. Створення сприятливих умов для розвитку цієї сфери вимагає нових підходів до розвитку інститутів фінансових послуг, які забезпечують акумулювання та перерозподіл фінансових ресурсів для здійснення ефективних структурних змін.

Основною економічною стратегією розвитку сфери ІКТ в Україні є не розглядання ІКТ як предмета державної політики, а перетворення ІКТ у безпосередній інтерес споживачів, виробників та інвесторів шляхом:

1) заохочення суб'єктів національної економіки до інноваційного інвестування з метою збільшення пропозиції інноваційних продуктів, технологій та знань (інвестиції безпосередньо у сферу ІКТ та впровадження елементів ІКТ у традиційні галузі економіки та сфери життя);

2) диверсифікація організаційних форм функціонування національної економіки, забезпечення співробітництва малих, середніх і великих підприємств у сфері розроблення, впровадження, виробництва та реалізації продукції ІКТ, розвиток науково-виробничої кооперації, промислової та фінансової інтеграції, венчурний бізнес, у тому числі міжнародного рівня;

3) трансформація «тіньового» капіталу для інвестування його в ІКТ.

Інформаційні технології не є основною причиною змін, які переживає суспільство на сучасному етапі свого розвитку. Проте такі зміни були б неможливі за відсутності нових інформаційно-комунікаційних технологій. Крім того, наша планета включена в глобальну телекомунікаційну комп'ютерну мережу, яка є основою локальних інформаційних систем і комунікаційних процесів.

Вважаємо, що прискорений інноваційний розвиток інформаційно-комп'ютерних технологій дозволить Україні:

– створення нових робочих місць та підвищення рівня та якості життя населення;

– збалансувати міжрегіональні диспропорції;

– забезпечити стійке економічне зростання;

– вийти на міжнародні ринки інформаційних продуктів;

– інтегруватися в міжнародні організації;

– збільшити приплив іноземних інвестицій;

– прискорити економічні реформи в Україні;

– будувати інформаційне суспільство.

Отже, інформаційний характер сучасного етапу розвитку цивілізації зумовлює стратегічне планування процесів виробництва інформації у формі

нових знань і масового виробництва інформаційних технологій, які визначають сучасний стан виробничого апарату та соціально-економічний розвиток країни.

2.3. Стратегія розвитку інформаційного суспільства та інформаційно-комунікативної культури в Україні

Стратегії розвитку інформаційного суспільства сьогодні розглядаються політиками та зацікавленими сторонами як потужні інструменти для суспільних змін і для побудови конкурентоспроможної, справедливої та стійкої економіки знань.

Оскільки стратегії розвитку інформаційного суспільства є багатогранними, складними та широкомасштабними, для забезпечення узгодженості цілей, ресурсів та інструментів для максимізації результатів для кінцевих користувачів необхідні відповідні структури та механізми управління. Таким чином, належне управління цими стратегіями залежить від розгляду ряду питань, таких як: встановлення пріоритетів, залучення та консультації, міжгалузєва та урядова координація, ефективні інструменти впровадження, відповідна правова та нормативна база, а також моніторинг ефективності. Правильне використання цих механізмів управління може стати ключовим фактором успіху [Макаренко, 2003].

З огляду на факт, що ІКТ є одним із найсильніших рушійних сил розвитку наукових досліджень у цьому столітті, очевидно, що ІКТ мають стати одним із пріоритетних стратегічних напрямків науково-дослідної та інноваційної діяльності в Україні. Це можна зробити через підтримку низки стратегічних напрямків та заходів, які зроблять синергетичний внесок у покращення загальної наукової та інноваційної діяльності.

Підтримка збільшення кількості дослідницьких та інноваційних установ у сфері ІКТ здійснюватиметься шляхом надання інфраструктурних, створення науково-технологічного парку, імпульсних центрів та інші програми і проекти.

Це сприятиме зміцненню зв'язку між наукою, дослідженнями, інноваціями та бізнесом. Це також дозволить з'єднати науково-дослідні установи та заклади вищої освіти з існуючими компаніями, заснувати нові малі та середні підприємства, «start-up» та «spin-off» інноваційних суб'єктів ІКТ та створити синергію в системі науки, дослідження та інновації, щоб створити нові цінності, які матимуть прямий вплив на економічне зростання та досягнення запланованих цілей.

Фінансування та посилення національних та міжнародних проектів, пов'язаних з ІКТ, або проектів, які підтримуються ІКТ, є одним із важливих інструментів, який сприятиме необхідному розвитку науково-дослідної та інноваційної діяльності в цій галузі. Крім того, сфери науки та економіки, у формі органів, залучених до розвитку інноваційної діяльності в Україні, мають особливе значення для покращення використання інструментів фінансування інновацій та зміцнення інноваційної діяльності іноземними програмами та проектами, а також кредитною підтримкою.

Розвиток науково-освітньої мережі України, посилення та підтримка науково-дослідних установ для підключення до цієї мережі та використання доступних послуг є одним із інструментів, який сприятиме, перш за все, включенню національних установ в Європейському дослідницькому просторі (ERA) з точки зору інфраструктури. Це також забезпечить місцеве підключення та, загалом, дасть поштовх розвитку ІКТ в Україні.

Стратегія розвитку інформаційного суспільства повинна бути спрямована на розвиток інформаційного суспільства, зосередженого на використанні потенціалу інформаційно-комунікаційних технологій для підвищення ефективності роботи, економічного зростання, підвищення зайнятості та покращення якості життя для всіх громадян України. Стратегія має визначити:

- відкритий, загальнодоступний та якісний доступ до Інтернету;
- розвинені електронні транзакції, зокрема: електронний уряд, електронна комерція, електронне правосуддя, електронна охорона здоров'я та електронна освіта.

На сьогоднішній день український уряд у даній сфері досяг таких результатів [Клімушин, 2010]:

1) Сфера електронного урядування, електронної охорони здоров'я та електронного правосуддя:

- закони та підзаконні акти, прийняті у сфері електронного урядування та електронних документів, електронної ідентифікації та довірчих послуг;
- покращено функціональність, сервіси та сервісний шлюз Порталу електронного уряду;
- покращена інформаційна система охорони здоров'я (e-Health);
- система електронного обміну даними в судовій системі та між судовою владою та іншими державними органами.

2) ІКТ в освіті, науці та культурі:

- поліпшення інфраструктури ІКТ у початковій та середній школах;
- підвищення ІКТ-компетенцій викладачів та працівників державного управління;
- підвищення обізнаності дітей, батьків та вчителів у сфері онлайн-безпеки дітей;
- поліпшення цифрових сервісів у сфері культури;
- покращені послуги електронної освіти;
- впровадження інформаційних технологій та інформатики в початковій школі.

3) Електронна комерція:

- прийнято законодавство у сфері електронної комерції;
- сформований та оприлюднений публічний перелік кваліфікованих довірчих послуг;
- система миттєвих платежів – система СЕП.

Можна зробити висновок, що прогрес було досягнуто в цих трьох ключових сферах, насамперед щодо електронного урядування. Було створено передумови для майбутнього розвитку цієї сфери шляхом прийняття відповідного законодавства про електронний уряд та про електронні

документи, електронну ідентифікацію та довірчі послуги в електронних транзакціях, що запроваджує правові концепції, які сприятимуть майбутньому розвитку електронного урядування та електронних транзакцій.

Крім того, у сфері охорони здоров'я та судової системи були розроблені інформаційні системи для прискорення робочих процесів, полегшення обміну даними та скорочення бюрократичних витрат.

Головним досягненням є вдосконалення інфраструктури ІКТ у сфері освіти, зокрема в початковій та середній школах, а також у сферах науки та культури, як передумови для модернізації освітніх процесів шляхом використання нових технологій, які будуть стимулювати розвиток цифрових сервісів.

У сфері електронної комерції нормативні перешкоди для розвитку електронної комерції були усунені шляхом внесення змін до законодавства, а також заходів з підвищення обізнаності, навчання та просування електронної комерції для забезпечення її подальшого розвитку.

У той час як покращення у сфері інформаційного суспільства були помітними, майбутні зусилля в цій сфері повинні бути активізовані, особливо щодо подальшого вдосконалення інфраструктури, розвитку електронних послуг та підвищення обізнаності громадян і рівня цифрових навичок.

Висновки до Розділу 2

У даному розділі автором проаналізовано основні тенденції становлення та розвитку інформаційної культури сучасного українського суспільства.

Таким чином, віртуалізація суспільства має історичну зумовленість, оскільки є ще однією ланкою історичного розвитку суспільства. Віртуальну культуру слід розглядати як характерну рису епохи постмодерну, яка має своє коріння, елементи, а головне, невпинний інноваційний потенціал. Суб'єктом цієї культури є не людина, а саме актор (користувач), який поєднує в собі як її

творця, так і споживача. Саме активна участь людини в Інтернеті є рушійною силою подальшої трансформації інформації.

По-друге, українське суспільство сьогодні глибоко залучене до участі в міжнародних мережах. Це й не дивно, оскільки аудиторія користувачів зростає. Причому мова йде не лише про спілкування, а й про участь в інших сферах спілкування (купівля-продаж, презентації, реклама, оголошення тощо).

По-третє, вираження віртуалізації суспільства віртуальних спільнот і мікронацій лише підкреслює попередні висновки. Це своєрідні моделі суспільних відносин, прототипом яких є реальна історична дійсність. Зокрема, ці віртуальні стани виражають деякі елементи української культури (наприклад, мова, деякі назви, що підкреслюють етнічну приналежність). Наявність таких аспектів свідчить про значний рівень культурної ідентичності в українському суспільстві, створення та зміцнення власне українських образів-прототипів для віртуальних моделей.

РОЗДІЛ 3. ЕМПІРИЧНЕ ДОСЛІДЖЕННЯ РІВНЯ ІНФОРМАЦІЙНОЇ КУЛЬТУРИ УКРАЇНСЬКОЇ МОЛОДІ

3.1. Організація дослідження інформаційної культури у молоді

У багатьох організаціях інформаційна культура описується як форма інформаційних технологій. Багато керівників вважають, що купівлею ІТ-обладнання вони вирішують усі інформаційні проблеми. Інформаційна культура стосується ефективного управління інформацією для використання інформації, а не машин, а інформаційні технології є лише частиною інформаційної культури, яка відіграє в ній інтерактивну роль.

Інформаційна культура – це частина організаційної культури, де оцінка та ставлення до інформації залежать від ситуації, в якій працює організація. В організації кожен має різне ставлення, але інформаційний профіль повинен бути пояснений, тому важливість інформації повинна бути усвідомлена керівниками. Інформаційна культура також стосується формальних інформаційних систем (технологій), загальних знань, індивідуальних інформаційних систем (ставлення) та інформаційної етики. Інформаційна культура не включає письмову чи свідому поведінку та те, що, здавалося б, відбувається в організації. На інформаційну культуру впливає поведінка внутрішніх факторів організації більше, ніж зовнішні чинники, які виступають у формі інформаційної культури, установок і традицій. Інформаційна культура має справу з інформацією, інформаційними каналами, ставленням, використанням і здатністю ефективно пересилати або збирати інформацію з умовами навколишнього середовища [Cronin, 1993].

Культурні відмінності необхідно зрозуміти, перш ніж інформаційні технології, розроблені для організації в одній країні, можуть бути ефективно впроваджені в організації в іншій країні [Leidner, 1997].

Література про Інтернет та молодіжну культуру представляє різні погляди на роль технологій у суспільстві. Двома основними перспективами є технологічний детермінізм і соціальна конструкція технологій.

Технологічний детерміністський погляд представляє Інтернет як інноваційну силу, яка має глибокий вплив на дітей та молодь; технологія створює нові моделі вираження, спілкування та мотивації. З цієї точки зору, для опису цього покоління молоді використовувалися різні терміни, включно з «мережевим поколінням», «поколінням міленіуму» та «цифровими вихідцями». Ці ярлики намагаються ідентифікувати велику групу молодих підлітків, які виростили під час розширення Інтернету та з раннього дитинства були занурені в медіа-середовище, користувалися комп'ютерами, грали в онлайн-ігри, постійно спілкувалися та спілкувалися зі своїми друзями через електронні пристрої. Ця молодь створює та використовує цифрові простори для соціальної взаємодії, самовираження, виробництва та споживання медіа.

Підтримуючи цю точку зору, дослідники споживання медіа описали життя підлітків як таке, що характеризується приватизацією медіа в мультимедійному середовищі. У західних суспільствах культурне споживання молодими людьми включає велику кількість медіа-артефактів, таких як телевізори, відеомагнітофони, стаціонарні та мобільні телефони, відеоігри, програвачі компакт-дисків, програвачі MP3 та комп'ютери. З часом домогосподарства, як правило, купують більше одного медіа-пристрою. Підлітки привласнюють медіа, і все більше медіа-інструментів переміщується з публічних просторів домогосподарства в приватні місця, з вітальні до спальні, накопичуючись у кімнаті підлітка. Описується, що молодь створила культуру спальні, яка полегшує її використання медіа без нагляду та обмежень батьків.

Діючи в медіа-середовищі та культурі, мережеве покоління висловлює інші цінності, ставлення та поведінку, ніж попередні покоління. Цих цифрових вихідців описують як оптимістичних, орієнтованих на роботу в команді людей, які талановито володіють технологіями. Занурення в цю багату технологіями культуру важливим чином впливає на навички та інтереси підлітків. Згідно з

цією точкою зору, вони думають і обробляють інформацію інакше, ніж їхні попередники, активно експериментують, залежать від інформаційних технологій для пошуку інформації та спілкування з іншими, і прагнуть отримати навички, необхідні для розробки творчих мультимедійних презентацій і стати мультимедійними виробниками, а не тільки споживачі. Простіше кажучи, аргумент полягає в тому, що Інтернет створив нове покоління молодих людей, які володіють складними знаннями та навичками роботи з інформаційними технологіями, висловлюють цінності, які підтримують навчання на досвіді та створення культури в цифровому просторі, а також мають особливу освіту та соціальні переваги.

Поняття мережевого покоління узгоджується з детерміністським поглядом на вплив технологій на суспільство. Технологічний детермінізм розглядає технологію як незалежну силу, що рухає соціальні зміни. Сама технологія здійснює причинно-наслідковий вплив на соціальну практику, а технологічні зміни спричиняють зміни в соціальній організації та культурі незалежно від соціальної бажаності цих змін [Mesch, 2009].

Етапами дослідження інформаційної культури у молоді:

1. Підготовка.
2. Збір інформації.
3. Узагальнення й аналіз інформації.
4. Презентація та використання результатів дослідження.

Мета дослідження інформаційної культури у молоді полягає у визначенні відношення молоді до явища інформаційної культури та ідентифікації свого місця в цьому середовищі.

Мапування молодих людей. Молодь – вікова категорія населення держави, на яку безпосередньо спрямована молодіжна політика. Вікові межі для молоді в Україні становлять 14-35 років, у Раді Європи та Європейському Союзі їх визначено як 13-30 років.

Для нашого дослідження ми обираємо категорію – студенти/студентки.

Визначення вибірки. Для цілей нашого дослідження можна досліджувати групу повністю (генеральна сукупність), так як вона умовна невелика (до 500 осіб). Репрезентативність вибірки буде досягнуто, коли кількість опитаних осіб буде становити більше 15 % від загальної чисельності.

Серед існуючих методів дослідження (анкетування, інтерв'ю, експертне інтерв'ю, фокус-групова дискусія, аналіз документів, аналіз статистичних даних, спостереження, соціальне картування) нами обирається наскрізне анкетування за допомогою Google-форми.

АНКЕТА

1. Твій вік

2. Стать: чоловіча / жіноча / інша

3. Чим ти займаєшся, окрім навчання у ЗВО? (множинний вибір)

– волонтер

– працюю в наймі

– розпочав власний бізнес

– працюю в сімейному бізнесі

– займаюся творчістю

– навчаюся в іншому закладі

– інше

4. Скільки часу ти проводиш навчаючись?

– 1-2 години на день

– 4-6 годин на день

– іноді

– відкладаю все на сесію

5. Як ти проводиш вільний час? (множинний вибір)

– кафе, піцерії

– комп'ютер, інтернет

– волонтерство

– культурно-масові заходи (концерти)

- активний відпочинок (туристичні походи, велопрогулянки)
- парки, сквери
- виставки, музеї, галереї
- спортзал, фітнес, стадіон
- курси (водіння, іноземних мов, тощо)
- гуртки (співи, танці, малювання тощо)
- інше

6. Тобі відомо поняття «інформаційна культура»: так / ні

7. Ти вважаєш, що впливаємо на інформаційну культуру у ЗВО? так / ні

8. Обізнаність в інформаційній культурі сприяє (множинний вибір)

- працевлаштування молоді та забезпечення зайнятості у вільний час
- розвиток молодіжного підприємництва
- соціалізації та самореалізації молоді
- інтелектуальному, моральному, духовному розвитку молоді
- реалізації творчого потенціалу молоді
- волонтерській діяльності
- мобільності молоді
- змістовному дозвіллю молоді
- неформальній освіті
- національно-патріотичному вихованню молоді
- популяризації здорового способу життя молоді
- розвитку компетентностей молоді
- організації культурно-масових заходів
- інше

9. Звідки ти отримуєш основну інформацію (множинний вибір)

- Facebook
- Instagram
- Telegram
- Viber
- оголошення на дошках оголошень, на зупинках

- від друзів та знайомих мого віку
- від людей старшого віку
- інше

10. Як часто ти сам / сама створюєш новий контент

- 1-2 рази на день
- 1-2 рази на тиждень
- іноді
- не створюю, а споживаю контент

11. Чи прагнеш ти ставати більш помітним в інформаційному просторі:
так / ні

3.2. Аналіз отриманих результатів

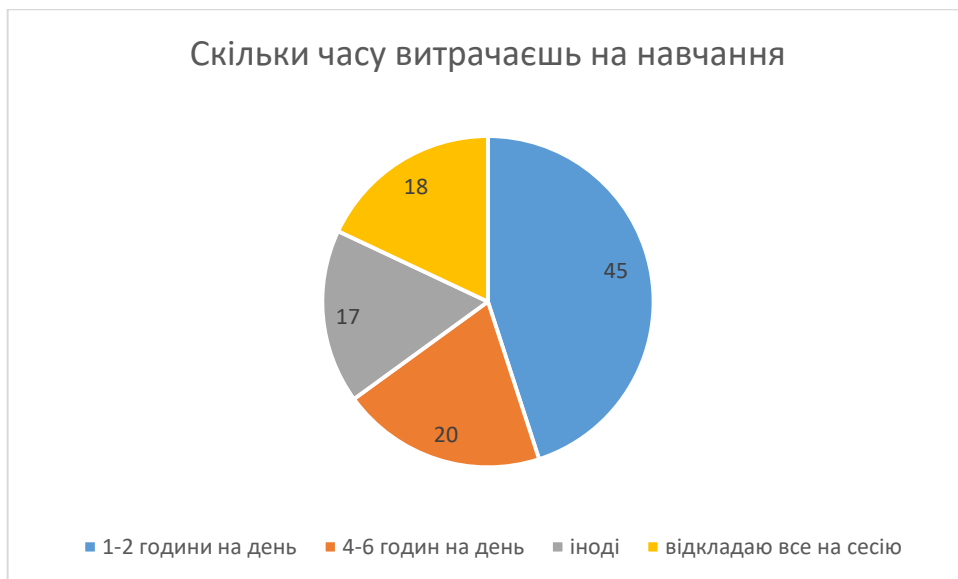
В результаті поширення анкети серед студентів Факультету соціології Київського національного університету імені Тараса Шевченка отримано 100 відповідей: 43 від чоловіків, 57 від жінок. Жоден не відзначив «іншу» стать.

За віком розподіл такий:

до 18	14
19-21	67
22-27	17
27 та більше	2



Три пункти зайнятості перевищують 40 %, що вказує на активність спільноти не тільки в навчальній сфері, але й в роботі.



Майже половина опитаних вказує, що витрачає на навчання 1-2 години на день, що повністю корелює із іншою зайнятістю цих студентів. У опитані був варіант відповіді «відкладаю все на сесію», проте важко оцінити правдивість отриманих 18 % відповідей на це питання.



Враховуючи, що наше дослідження спрямовано на вивчення інформаційної культури, то 75 % вільного часу за комп'ютером є показником готовності спільноти до інформаційного суспільства. Відповіді показали охоплення всіх видів дозвілля, передбачених опитуванням.

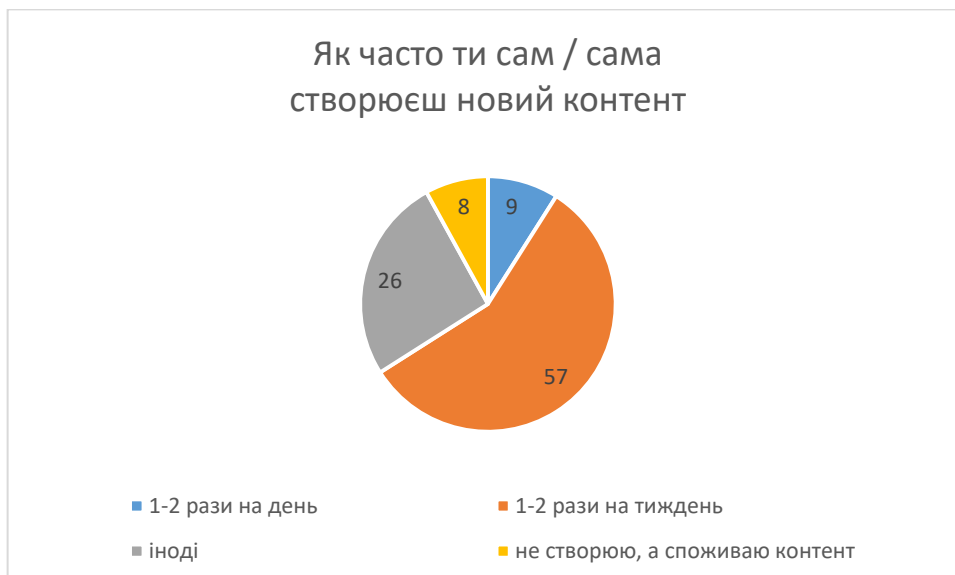
Поняття «інформаційна культура» відомо 89 % спільноти, 11 % вказали, що не знають поняття. Однією із причин може бути те, що визначення такого явища достатньо розмите. Вважають, що впливають на інформаційну культуру у навчальному закладі, 31 %, ні – 69 %. Поряд з цим прагнуть впливати 41 %, не прагнуть – 59 %. Відмінність в 10 % говорить про те, що є ті, які «бажають, але не роблять».



Аудиторія найбільше сприймає, що інформаційна культура сприяє самореалізації та працевлаштуванню молоді, а також волонтерській діяльності. Практично всі запропоновані відповіді отримали від 21 до 35 %. Тільки «інше» та «компетентності» отримали менше 15 %, що скоріше вказує на незначущість цих положень для опитаних.



Основними інформаційними каналами є Facebook та Telegram. Відповідь «на перевірку» «оголошення на дошках оголошень, на зупинках» передбачено не отримала жодної позначки.



57 % аудиторії створюють контент 1-2 рази на тиждень, що мало, щоб бути впливовим в інтернет-середовищі, проте дозволяє студентам просувати власні ідеї, особливо волонтерські дії.

Висновки до Розділу 3

У даному розділі було проведено емпіричне дослідження рівня інформаційної культури української молоді серед студентів Факультету соціології Київського національного університету імені Тараса Шевченка.

Дослідження було здійснено в такі етапи:

1. Підготовка.
2. Збір інформації.
3. Узагальнення й аналіз інформації.
4. Презентація та використання результатів дослідження.

Отже, проведене дослідження в цілому показало, що аудиторія готова до питань про інформаційну культуру. Інформаційне середовище сприймається як площадку для просування своїх ідей та діяльності. Для студентської аудиторії інформаційна культура знайоме явище, проте окремої ідентифікації цього явища для студентів непотрібно. Важливо відзначити, що 31 % опитаних впливають на інформаційну культуру у навчальному закладі, а прагнуть – 41 %, що вказує на резерв і подальший розвиток впливу інтернету на молодь.

ВИСНОВКИ

1. Автором вивчено підходи до трактування поняття «інформаційної культури» і його сутності.

Поняття «інформаційна культура» відносно міцно увійшло в наше повсякденне життя, однак у науковому плані воно не є усталеним і однозначно визначеним. В даний час можна виділити два основні підходи до його трактування: культурологічний та інформаційний, в основі яких лежать два фундаментальні поняття – «культура» та «інформація». Їх виділення та відокремлення сприяє посиленню аспектологічної основи, оскільки наукове поняття розглядається під кутом зору конкретних наук та наукових напрямів, що привносить певну «наукову суб'єктивність» та сприяє домінуванню у його змісті позицій цих наук та наукових напрямів.

Культурологічний підхід не тільки відображає досягнутий історичний рівень розвитку суспільства, а й безпосередньо залежить від нього, а інформаційний підхід, який часто помилково представляє інформаційну культуру через домінанту комп'ютерної грамотності, висвічує нові грані духовно-практичного освоєння дійсності, пов'язані з входженням суспільства на певну стадію розвитку.

Автор переконався, що у сучасному суспільстві доля кожної конкретної людини багато в чому залежить від її інформаційної культури, вона органічно входить у дійсну тканину соціального життя, надає їй нової якості, призводить до трансформації багатьох соціально-економічних, політичних і духовних уявлень, що сформувалися, привносить істотно нові риси в спосіб життя людини, сприяє справжньому пізнання нею самої себе, свого місця і ролі в навколишньому світі та історії.

2. Досліджено елементи інформаційної культури та визначено, що врахування елементів інформаційної культури, різноманіття діяльності органів

господарського управління сприяє злагодженій роботі всього персоналу, підвищенню державної і трудової дисципліни.

Інформаційна культура на сучасному етапі має вкрай важливе значення. Інформаційний устрій сучасного суспільства стрімко перебудовується під вплив швидкозмінних і впроваджуваних інформаційних технологій і тільки людина, що легко орієнтується в цьому інформаційному потоці, може вважати себе по-справжньому вільною.

3. Також було досліджено етапи розвитку та об'єкти інформаційної культури.

Визначено, що віртуалізація суспільства має історичну зумовленість, оскільки є ще однією ланкою історичного розвитку суспільства. Віртуальну культуру слід розглядати як характерну рису епохи постмодерну, яка має своє коріння, елементи, а головне, невинний інноваційний потенціал. Суб'єктом цієї культури є не людина, а саме актор (користувач), який поєднує в собі як її творця, так і споживача. Саме активна участь людини в Інтернеті є рушійною силою подальшої трансформації інформації.

4. Проаналізовано феномен інформаційної культури в сучасному українському суспільстві.

На сьогодні, українське суспільство глибоко залучене до участі в міжнародних мережах. Це й не дивно, оскільки аудиторія користувачів зростає. Причому мова йде не лише про спілкування, а й про участь в інших сферах спілкування (купівля-продаж, презентації, реклама, оголошення тощо).

5. У роботі досліджено вплив глобалізації на становлення інформаційної культури в українському соціумі.

Сьогодні точиться жорстка конкуренція за перерозподіл світового ринкового простору у сфері інформаційно-комп'ютерних технологій. Через поширення «хмарних технологій», які раніше були в різних сегментах ринку, зіштовхуються та загострюються інтереси найбільших світових компаній.

Інтернет – це універсальний простір спілкування, в якому співіснують дуже різні інтереси та цінності. Звичайно, поширення інформаційних і

комунікаційних технологій відбувається нерівномірно в країнах і секторах суспільства. Слід зазначити, що перспектива переходу до інформаційної ери залежить насамперед від доступності освіти для всіх верств населення, а також можливостей оперативного навчання та обробки інформації.

В інформаційно-телекомунікаційному аспекті Україна сьогодні не має конкурентних переваг на міжнародних ринках порівняно з розвиненими країнами. Це стосується як якісних, так і кількісних показників, що характеризують відповідний сегмент вітчизняного ринку на сучасному етапі.

6. Автором визначено стратегії розвитку інформаційного суспільства та інформаційно-комунікативної культури в Україні.

Стратегії розвитку інформаційного суспільства сьогодні розглядаються політиками та зацікавленими сторонами як потужні інструменти для суспільних змін і для побудови конкурентоспроможної, справедливої та стійкої економіки знань.

Оскільки стратегії розвитку інформаційного суспільства є багатогранними, складними та широкомасштабними, для забезпечення узгодженості цілей, ресурсів та інструментів для максимізації результатів для кінцевих користувачів необхідні відповідні структури та механізми управління. Таким чином, належне управління цими стратегіями залежить від розгляду ряду питань, таких як: встановлення пріоритетів, залучення та консультації, міжгалузева та урядова координація, ефективні інструменти впровадження, відповідна правова та нормативна база, а також моніторинг ефективності. Правильне використання цих механізмів управління може стати ключовим фактором успіху.

У багатьох організаціях інформаційна культура описується як форма інформаційних технологій. Багато керівників вважають, що купівлею ІТ-обладнання вони вирішують усі інформаційні проблеми. Інформаційна культура стосується ефективного управління інформацією для використання інформації, а не машин, а інформаційні технології є лише частиною інформаційної культури, яка відіграє в ній інтерактивну роль.

7. Автором організовано дослідження інформаційної культури у молоді та здійснено аналіз отриманих результатів.

Мета цього емпіричного дослідження полягає у визначенні відношення молоді до явища інформаційної культури та ідентифікації свого місця в цьому середовищі.

Для цілей дослідження обрані вікові межі для молоді в Україні, які становлять 14-35 років. Для дослідження обирає категорію – студенти/студентки. Для цілей нашого дослідження досліджено групу повністю (генеральна сукупність), так як вона умовна невелика (до 500 осіб). Репрезентативність вибірки було досягнуто, так як подано 20 % анкет від загальної чисельності.

Серед існуючих методів дослідження (анкетування, інтерв'ю, експертне інтерв'ю, фокус-групова дискусія, аналіз документів, аналіз статистичних даних, спостереження, соціальне картування) обрано наскрізне анкетування за допомогою Google-форми.

Дослідження в цілому показало, що аудиторія готова до питань про інформаційну культуру. Інформаційне середовище сприймається як площадку для просування своїх ідей та діяльності. Для студентської аудиторії інформаційна культура знайоме явище, проте окремої ідентифікації цього явища для студентів непотрібно. Важливо відзначити, що 31 % опитаних впливають на інформаційну культуру у навчальному закладі, а прагнуть – 41 %, що вказує на резерв і подальший розвиток впливу інтернету на молодь.

57 % аудиторії створюють контент 1-2 рази на тиждень, що мало, щоб бути впливовим в інтернет-середовищі, проте дозволяє студентам просувати власні ідеї, особливо волонтерські дії.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Андїлонїя [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://micronations.fandom.com/uk/wiki/%D0%90%D0%BD%D0%B4%D1%96%D0%BB%D0%BE%D0%BD%D1%96%D1%8F>
2. Данильян О. Г. Інформаційна картина світу в контексті перспектив сучасної науки й культури / О. Г. Данильян, О. П. Дзьобань // Інформація і право. – 2013. – № 1 (7). – С. 21–28.
3. Дзьобань О. П. Інформаційна культура: до питання про основні етапи розвитку / О. П. Дзьобань, С. Б. Жданенко // Політологічний вісник. – 2015. – № 77. – С. 353–365.
4. Дзьобань О. П. Інформаційна та національна культури українського соціуму: проблеми кореляції / О. П. Дзьобань, О. В. Прудникова // Інформація і право. – 2019. – № 3(30). – С. 16–27.
5. Дзьобань О. П. Філософія інформаційних комунікацій / О. П. Дзьобань // Харків : Майдан. – 2012. – 224 с.
6. Дзьобань О. П. Філософія інформаційного права: світоглядні й загальнотеоретичні засади / О. П. Дзьобань // Харків : Майдан. – 2013. – 360 с.
7. Доповідь про інформаційну економіку 2013 року. Економіка обласних технологій і країни, що розвиваються: Огляд. – ООН, Нью-Йорк, Женева. – 2014. – 23 с.
8. Жаворонкова Г.В. CALS-технології як засіб входження авіабудівної промисловості у світовий віртуальний економічний простір / Г. В. Жаворонкова, М. В. Новикова // Формування ринкових відносин в Україні. – 2006. – № 3(58). – С.87-91.
9. Карпатський союз [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://micronations.fandom.com/uk/wiki/%D0%9A%D0%B0%D1%80%D0%BF%D0%B0%D1%82%D1%81%D1%8C%D0%BA%D0%B8%D0%B9_%D0%A1%D0%BE%D1%8E%D0%B7

10. Кастельс М. Інформаційна епоха: економіка, суспільство і культура:[пер. с англ.]" М.: ГУ ВШЕ. – 2000. – 51 с.

11. Київський міжнародний інститут соціології [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://kiis.com.ua/>

12. Кириченко М. О. Формування ідеології інформаційного суспільства в умовах глобальної інформатизації: тенденції, парадигми, перспективи розвитку / Микола Кириченко // Мін-во освіти і науки України, Університет менеджменту освіти НАПН України. – Харків: Вид-во ПП «Технологічний Центр». – 2017. – 320 с.

13. Клімушин П. С. Електронне урядування в інформаційному суспільстві / П. С. Клімушин, А. О. Серенок // Х. : Вид-во Харків. РІ НАДУ «Магістр». – 2010. – 312 с.

14. Ломачинська І. Функціональна спрямованість інформаційної культури / І. Ломачинська, Б. Ломачинський // Вісник Львівського університету. Серія філос.-політолог. студії. – 2020. – № 30. – С. 77–83.

15. Макаренко Є. А. Міжнародна інформаційна політика: структура, тенденції, перспективи : дис. ... докт. політ. наук : спец. 23.00.04 «Політичні проблеми міжнародних систем та глобального розвитку» / Є. А. Макаренко // Київський нац. ун-т ім. Тараса Шевченка. – К. – 2003. – 475 с.

16. Мартиненко М. Українські соціальні мережі: перспективи розвитку / М. Мартиненко // ЗМІ України на зламі епох: реалії та перспективи розвитку. – 2018. – № 23.

17. Огорокова В. В. Образ нової соціальної реальності Постмодерну та форми його моделювання / В. В. Огорокова // Одеса: ВМВ. – 2018. — 288 с.

18. Палеха Ю. І. Інформаційна культура: навч. посібн. / Ю. І. Палеха, О. Ю. Палеха, Ю. І. Горбань // Київ : Видавництво Ліра-К. – 2020. – 400 с.

19. Паршуков С. В. Інформаційна культура студента : навч. посіб. з курсу «Інформаційна культура студента» / укладач С. В. Паршуков. – Умань : ФОП Жовтий О. О. – 2014. – 121 с.

20. Пелецишин А. М. Загрози інформаційної безпеки держави в соціальних мережах / А. М. Пелецишин, Р. В. Гумінський // Наука і техніка Повітряних Сил Збройних Сил України. – 2013. – № 2. – С. 192-199.

21. Прудникова О. В. Інформаційна культура інформаційного суспільства: філософський вимір / О. В. Прудникова // Вісник НЮУ імені Ярослава Мудрого. Серія: Філософія, філософія права, політологія, соціологія. – 2016. – № 4(31). С. 44–53.

22. Прудникова О. В. Культура інформаційного суспільства: ключові концептуальні підходи до розуміння сутності / О. В. Прудникова // Вісник Національного університету Юридична академія України імені Ярослава Мудрого. Серія: Філософія, філософія права, політологія, соціологія. – 2014. – № 4. – С. 57–64.

23. Ценцура К. Що чекає індустрію доповненої реальності в 2019 році [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://techno.nv.ua/ukr/it-industry/vibuhne-chi-ni-shcho-chekaye-industriyu-dopovnenoji-realnosti-v-2019-roci-50001717.html>

24. Чайковська М. П. Інформаційні системи в менеджменті / М. П. Чайковська // Одеса: Астропринт. – 2010. – 256 с.

25. Шапошніков А. О. Роль віртуальних держав/мікронацій у сучасній політиці / А. О. Шапошніков // Вісник НТУУ КПІ Політологія. Соціологія. Право. – 2015. – № 3/4 (27/28). – С. 32-37.

26. Юдін А. Соціальні мережі, ТОП 20 найпопулярніших в світі [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://marketer.ua/ua/top-social-media-2018/>

27. Як змінилась статистика соціальних мереж в Україні до 2018? [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://marketer.ua/ua/social-network-of-ukraine-how-did-the-statistics-change-until-2018/>

28. Яковенко Л. І. Інноваційний характер економіки знань / Л. І. Яковенко // Вісник Полтавської державної аграрної академії. – 2010. – № 2. – С. 141-145.

29. Castells M. Our life is a hybrid of virtual and physical space / M. Castells. – 2020.
30. Castells M. The information age / M. Castells // Media Studies: A Reader. – 2010. – № 2.7. P. 152.
31. Choo C. W. Information culture and information use: An exploratory study of three organizations / C. W. Choo, P. Bergeron, B. Detlor, L. Heaton // Journal of the American Society for Information Science & Technology. – 2008. – № 59(5). P. 792-804.
32. Cronin B. Social Intelligence / B. Cronin, E. Davenport // Annual Review of Information Science and Technology (ARIST). – 1993. – № 28. – P. 3-44.
33. Curry A. and Moore, C. Assessing information culture – an exploratory model / A. Curry, C. Moore // International Journal of Information Management. – 2003. – № 23 (2). – P. 91-110.
34. GfK [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.gfk.com/home>
35. Ginman M. Information culture and business performance / M. Ginman // IATUL Quarterly. – 1988. – № 2(2). P. 93-106.
36. Hindle J. Process improvement and information management / J. Hindle // Health manpower management. – 1997.
37. Hofstede G. Culture's consequences: Comparing values, behaviours, institutions and organisations across nations / G. Hofstede // 2nd ed. New York: Sage Publications. – 2001.
38. Leidner D. E. A Multicultural Perspective Of The Impact Of EIS On Organizational Intelligence / D. E. Leidner, S. Carlsson, J. Elam, M. Corrales // Decision Making And Structure. Fontainebleau: INSEAD. – 1997.
39. Mesch G. S. The Internet and Youth Culture / G. S. Mesch // The Hedgehog Review. – 2009.
40. Oliver G., Foscarini F. Records management and information culture: Tackling the people problem / G. Oliver, F. Foscarini // London: Facet. – 2014.

41. Oliver G. Organizational Culture for Information Managers / G. Oliver // Chandos Publishing. – 2011.
42. Upward F., Reed B., Oliver G., Evans J. Recordkeeping informatics: Re-figuring a discipline in crisis with a single minded approach / F. Upward, B. Reed, G. Oliver, J. Evans // Records Management Journal. – 2013. – № 23(1). – P. 37-50.
43. Zhavoronkova G. Scientific problems of formation and development of information society in Ukraine / G. Zhavoronkova, V. Zhavoronkov // Science. Business. Society. International scientific journal. – 2016. – № 2. – P. 40-43.
44. Zhavoronkova G. Information as a strategic resource for protection of technological security / G. Zhavoronkova, V. Zhavoronkov, V. Klymenko // Industry 4. International scientific journal. – 2017. – № 1. – P. 43-46.
45. Zhavoronkova G., Zhavoronkov V., Melnyk L. Scientificmethodological provisions of formation of a virtual segment of the information market / G. Zhavoronkova, V. Zhavoronkov, L. Melnyk // Industry 4. International scientific journal. – 2017. – № 4. – P. 189-192.