

УДК 001.102:008:[316.4.063:316.32'06

**ІНФОРМАЦІЙНА КУЛЬТУРА В КОНТЕКСТІ ГЛОБАЛЬНИХ ТРЕНДІВ СУЧАСНОГО
СУСПІЛЬСТВА**

Горбань Юрій Іванович – кандидат культурології, професор, професор кафедри інформаційних технологій, Київський національний університет культури і мистецтв, м. Київ
<https://orcid.org/0000-0001-5837-4409>
DOI: <https://doi.org/10.35619/ucpmk.v48i.801>
y.i.gorban@gmail.com

Олійник Оксана Миколаївна – кандидат культурології, доцент, проректор із науково-педагогічної роботи, Київський національний університет культури і мистецтв, м. Київ
<https://orcid.org/0000-0002-4687-2408>
oksana_oliinyk@ukr.net

Досліджено концепцію інформаційної культури в контексті глобальних тенденцій у сучасному суспільстві, проаналізовано вплив цих тенденцій на поведінку та практику отримання інформації окремих осіб і спільнот. Основним завданням є виявлення еволюції інформаційної культури у відповідь на глобальні тенденції та технологічні досягнення, що формують способи доступу, обміну та використання інформації в сучасному суспільстві. У методології поєднано огляд літератури та тематичних досліджень; виконано якісний аналіз динаміки інформаційної культури в контексті глобальних тенденцій. Продемонстровано складну взаємодію між інформаційною культурою та глобальними тенденціями, підкреслено трансформаційний вплив на поширення інформації та моделі споживання. Запропоновано обговорення інформаційної культури, зокрема еволюції практик отримання інформації, в контексті сучасних глобальних тенденцій. Результати дослідження мають практичні наслідки для політиків, освітян і фахівців інформаційної галузі у пристосуванні до змін в інформаційній культурі та ефективному використанні цих ресурсів у різноманітних соціальних контекстах. Підкреслено важливість розуміння інформаційної культури в цифрову епоху; зазначено необхідність постійного адаптування для використання потенційних переваг цифровізації у швидкозмінному глобальному середовищі. Одержані результати можуть бути використані в дослідженнях, що стосуються впливу інформаційної культури на суспільні структури, ініціатив щодо інформаційної грамотності та ролі нових технологій у формуванні поведінки споживачів.

Ключові слова: інформаційна культура, візуальна культура, глобальні тенденції, сучасне суспільство, медіаграмотність, інформаційна грамотність, цифровізація, глобалізація інформаційного простору, інформаційна безпека, інформаційний ринок.

Постановка проблеми. У контексті глобальних тенденцій розвитку сучасного суспільства питання інформаційної культури стає все більш актуальним. Інформаційна культура стосується здатності як окремих людей, так і спільнот ефективно отримувати доступ, оцінювати та використовувати інформацію в різних формах. Зі стрімким розвитком технологій і поширенням цифрових платформ обсяг і швидкість розповсюдження інформації досягли безпрецедентного рівня. Нині інформаційна культура розглядається як альтернативна форма інвестицій для розвитку, форма соціальних змін, що виходить далеко за межі усталених форм, є масовою, орієнтованою на інтеграцію світу та набуває універсального характеру. Однак великий обсяг інформації створює як можливості, так і проблеми для суспільства.

Однією з ключових проблем розуміння інформаційної культури в межах глобальних тенденцій є необхідність орієнтуватися в складнощах інформаційно насиченого середовища. Величезний обсяг доступних матеріалів може призвести до перевантаження інформацією, через що людям важко відрізнити надійні джерела від дезінформації. Подібне явище має значні наслідки для критичного мислення, медіаграмотності та здатності ухвалювати обґрунтовані рішення у все більш взаємопов'язаному світі. Крім того, демократизація інформації за допомогою цифрових технологій надала людям можливість створювати та ділитися контентом у глобальному масштабі. Хоча це потенційно може сприяти більшій комунікації та співпраці, водночас викликає занепокоєння якості і правдивості інформації, що поширюється. Розповсюдження «фейкових» новин, «ехокамер» та «інформаційних бульбашок» / «бульбашок фільтрів» підкреслює важливість культивування проникливого та критичного підходу до споживання інформації, оскільки ці технології є дієвим способом маніпулювання не лише інформацією, але й свідомістю користувача, унаслідок чого страждає його здатність критично мислити, спотворюється сприйняття реальності, може змінюватися як сама особистість, так і руйнуватися взаєморозуміння з іншими людьми [28]. З огляду на зазначене розв'язання питання інформаційної культури в контексті світових тенденцій потребує багатоаспектного підходу, що охоплює, зокрема, просування медіаграмотності (з метою допомогти користувачам орієнтуватися в насиченому інформацією середовищі, сприяти розвитку культури критичного мислення та перевірки фактів, а також заохочувати цифрове суспільство до відповідальної поведінки в інтернеті). Заохочуючи інформаційну грамотність і стійкість до цифрових

технологій, суспільство може якісніше використовувати можливості, які надає цифрова епоха, водночас пом'якшуючи ризики, пов'язані з перевантаженням інформацією та дезінформацією.

Наукова новизна. Розглянуто концепцію інформаційної культури в контексті сучасних глобальних тенденцій з більш структурованою та всебічною перспективою – проаналізовано не лише процес сприйняття та обробки інформації, але й вплив інформаційної культури на колективне рішення, взаємодію та розвиток суспільства загалом в умовах глобалізації та цифровізації. У дослідженні розглянуто взаємозв'язок між інформаційною культурою та іншими аспектами сучасного життя, такими як економіка, політика, технології та культура. Виявлено деякі з нових поглядів на еволюцію способів сприйняття, обробки та використання інформації в сучасному світі, а саме:

1. Зміна підходу до критичного мислення: з урахуванням глобалізації та зростання кількості інформації важливо розвивати навички критичного мислення для ефективної фільтрації та оцінки інформації.

2. Роль технологій у формуванні інформаційної культури: розвиток технологій впливає на способи сприйняття та обробки інформації, викликає потребу в нових стратегіях взаємодії з нею.

3. Значення контексту в інформаційній культурі: з урахуванням сучасних глобальних тенденцій важливо розуміти, як контекст впливає на сприйняття та використання інформації для кращої адаптації до зміненого середовища.

Аналітичний підхід статті дає змогу узагальнити різноманітні концепції та дослідження у сфері інформаційної культури, такі як: 1) шляхи розвитку навичок інформаційної грамотності з огляду на сучасні вимоги та можливості технологій; 2) дослідження впливу глобалізації на сприйняття та розповсюдження інформації в різних культурних контекстах; 3) аналіз використання соціальних мереж та онлайн-платформ як засобів формування інформаційних практик у сучасному суспільстві.

Це сприяє розширенню розуміння процесів формування та зміни інформаційної культури в умовах глобальних викликів, відкриває нові можливості для подальших досліджень.

Аналіз публікацій та досліджень. Огляд сучасних публікацій з питань інформаційної культури в контексті глобальних трендів, які виявляють основні тенденції та інтереси у дослідженнях з цієї тематики, розкрито в роботах М. Кириченка [11], С. Дичковського [7], О. Чумак [29]. Зіставлення кількох визначень поняття «культура» призводить до загального висновку, що вона є сукупністю характерних рис, які властиві певній популяції і вирізняють її серед інших. У комунікаційних та інформаційних науках виділяють кілька типів культури: усна культура (К. Станіславська [23]), друкована культура (В. Теремко [24]), книжкова (І. Остапова [17]), або письмова культура (С. Симоненко, Н. Щубелка [22]). Культурні ознаки будь-якої інформаційної діяльності досліджує Ю. Рамський [20], який зазначає, що використання інформації, коли йдеться про неї як річ, правильно розглядається як активна участь у культурній сфері. Однак концепція, визначена й описана, стосується не методу комунікації, а ролі, яку відіграє інформація в житті особи, спільноти чи суспільства. Важливо визначити історичний контекст інформаційної культури, оскільки вона розвивалася з часом, формувала спосіб спілкування та поширення знань.

В. Цимбалюк визначає термін «інформаційна культура» як той, що має важливе значення в контексті ухвалення організаційних рішень. Його можна розуміти як подібне терміну «візуальна культура», що охоплює методи представлення інформації в різних культурних місцях та об'єктах – інформаційні дошки, меню на екрані телевізора, графічний порядок телевізійних новин, порядок книг, журналів і газет, декор банків, готелів та інших комерційних або розважальних просторів, інтерфейси літаків та автомобілів, операційні системи комп'ютерів та програмні інтерфейси. Подібності між візуальною та інформаційною культурою охоплюють також історичні методи організації та вилучення інформації (еквіваленти іконографії), а також зразки взаємодії користувачів з інформаційними об'єктами [27].

Як зауважує Б. Ломачинський, поняття «інформаційна культура» є синонімом візуальної культури або інформаційної естетики (інфоестетика), і сприймається як нова культура інформаційного суспільства, відмінна від старої культури промислового суспільства. Це не є цілісна інтерпретація, оскільки автор зосереджується на візуальному аспекті інформаційних об'єктів, що призводить до уніфікації форм презентації. Він також пропонує можливі зміни в поведінці користувачів нових медіа, підкреслюючи, що доступ до інформації стає не лише основною формою роботи, але й новою категорією культури [14].

Отже, постулат подальшого дослідження культурного аспекту інформації та інформаційних процесів залишається актуальним. Термін «інформаційна культура» використовувався в літературі протягом багатьох років для опису явищ і процесів в організаціях та управлінні, зокрема в роботах таких науковців, як О. Кивлюк [10], В. Пожуєв [18], О. Бондар [4] та ін. Це питання продовжує досліджуватися в контексті вивчення культури організацій, впливу на якість і ефективність комунікації компанії (як зовнішньої, так і внутрішньої), а також на процеси управління інформацією та знаннями. До цього часу було запропоновано кілька інших визначень інформаційної культури, включаючи такі інтерпретації: (1)

соціально відомі шаблони поведінки, норми і цінності, які визначають значення та використання інформації в межах організації (І. Ломачинська, Б. Ломачинський [13]); (2) цінності та уявлення про інформацію: що можна робити і чого не можна робити щодо обробки, розголошення та комунікації інформації [2]; (3) культура, де зберігається трансформація інтелектуальних ресурсів поряд із трансформацією матеріальних ресурсів. Основними ресурсами для цієї трансформації є різноманітні види знань та інформації. Отриманий результат – оброблений інтелектуальний продукт, що є необхідним для матеріальної діяльності й адекватного функціонування та розвитку [12]; (4) культура, в якій визнається цінність і корисність інформації в досягненні операційного і стратегічного успіху, де інформація є основою ухвалення організаційних рішень [9]; (5) частина організаційної культури, яка сприймається як соціальний інтелект на організаційному рівні [15]; (6) система уявлень про роль інформації та інформаційно-комунікаційних технологій (ІКТ) в житті, а також форм співіснування, що використовують ІКТ [1].

Хоча ці визначення охоплюють організаційну реальність, вони акцентують на зростальній ролі інформації, її ефективності, різноманітності, відмінності та на її інформаційній компетенції (вибір та право вибору).

Мета статті спрямована на дослідження впливу глобалізації, технологічного прогресу та зростання доступної інформації на розвиток і поширення інформаційної культури. У дослідженні зроблено спробу виявити тенденції в сприйнятті, обробці та використанні інформації в умовах сучасного світу, а також висвітлити важливі аспекти розвитку культури споживання та обміну інформацією в глобальному контексті.

Виклад основного матеріалу дослідження. Розвиток технологій завжди мотивується, принаймні частково, бажанням контролювати природу та долати обмеження, які вона накладає на людину. Традиційно технологію визначають як спосіб виконання дій. Однак інноваційні технології є чимось більшим, ніж нові інструменти чи методи, які уможливають різноманітні людські дії. Згідно з такими науковцями, як С. Прийма [19] та О. Надибська [16], інформація є нематеріальною природною якістю, яка виражає зв'язки та відносини матеріального світу. Такий підхід позначає інформацію про природні відмінності, розмаїття та основи світу, дає змогу розглядати явища з погляду первісної природної єдності. Інформація вважається самостійною сутністю, яка тісно пов'язана з природним матеріалом. Він передає інформацію про зв'язки між матерією та антиматерією, умови анігіляції та ін. Такий підхід підкреслює подвійність поняття «інформація». З одного боку, це сутність сама по собі, а з іншого – нерозривно пов'язана з матеріальним світом і передає інформацію про його зміст. Розглядаючи інформацію як незалежну сутність, тісно пов'язану з природним матеріалом, В. Брижко [5] наголошує, що цей підхід полегшує вивчення природних явищ із цілісного погляду, сприяючи глибшому розумінню світу природи.

Концепція інформаційної культури ґрунтується на сучасних теоріях інформаційних наук та пов'язаних дисциплін. Перше наукове поле – це філософія інформації, представлена у роботі І. Ломачинської [26]. Так, філософія інформації визначається як частина філософії, що займається критичним аналізом, концептуальною основою та основними правилами інформації, її динаміки, використання та дослідження, а також розвитком і застосуванням методології інформаційних та комп'ютерних наук для розв'язання філософських проблем.

А. Тимченко розглядає інформаційну динаміку як створення та моделювання інформаційних середовищ, їхніх властивостей, взаємодій, внутрішнього розвитку, життєвого циклу інформації, обчислення та алгоритмічні процеси або загальну обробку інформації [25].

У галузі бібліотекознавства та інформаційних наук концепцію інформаційної культури можна розділити на три основних підходи: усну культуру, писемну культуру та друковану культуру [3]. Писемна культура виникла як форма комунікації, що розвивалася за допомогою інструментів та навичок для запису інформації, яка спочатку передавалася усно. Це відкрило нові можливості вираження, дослідження та соціальні наслідки, такі як зменшення залежності від традиційного на користь інноваційного. Основною ознакою писемної культури є здатність посилювати почуття та підтримувати більш усвідомлену взаємодію між людьми. Відповідно, друкована культура є соціальним явищем і процесом, що розвивався внаслідок широкого поширення літератури й інформації за допомогою виробництва численних копій книг, газет, журналів та інших видань. Друкована культура характеризується візуалізацією слів, їхньою реалізацією, комерціалізацією та залежністю від технологічних процесів друку; також вона призвела до екстерналізації знань, змін в потоці інформації та свідомості людей.

Концепція книжкової культури присутня в літературі понад сто років. О. Біличенко підкреслює роль книг як носіїв культури та інструментів, визначаючи книжкову культуру як сукупність явищ і процесів, матеріальних і духовних ресурсів, пов'язаних із книгами. Серед численних застосувань книжкової культури можна зазначити дослідження книг як предметів, інструментів і культурних функцій, зокрема за географічними або історичними аспектами, що стосуються індивідуальної,

групової чи соціальної поведінки. Отже, книжкова культура є основною пізнавальною категорією, центральним поняттям і предметом книжкових досліджень [3].

Є різні ідеї, пов'язані з суспільством інформації та мережевим суспільством, а також аудіовізуальною чи конвергентною культурою. Концепція інформаційного суспільства спочатку акцентувала на економічному аспекті інформації як основному ресурсі доходів, де послуги інформації були фундаментальним складником економіки. Також вона враховувала розвиток інформаційно-комунікаційних технологій та їхні соціальні наслідки, такі як зміни в структурі зайнятості та аудіовізуальній галузі. З іншого боку, відповідно до Т. Савельєвої термін «мережевого суспільства» посиляється на основний соціальний ефект розвитку ІКТ-інфраструктури. Основний вплив відбувається на комунікацію та міжособистісні відносини, а не лише на інформацію. У мережевому суспільстві позиція індивіда залежить від його членства в різних групах, доступу до панівних культурних кодів і віртуального середовища [21].

А. Каверіна визначає конвергентну культуру як явище, де медійний, культурний і комерційний контент, їхні автори та одержувачі взаємозалежні та проникають один в одного. Цей процес дає змогу кому завгодно стати автором нового об'єкта, навіть якщо якість продукту є низькою. Проте це обговорюється перевагами творчості мас, яка є синергетичним ефектом інтелектуальних зусиль багатьох людей [8]. Так, І. Виселко вважає, що аудіовізуальність стає панівним способом орієнтації в культурі. Проте це не означає, що зображення переважають над текстом або письмом, друк чи книжкові культури перебувають під загрозою [6].

Сучасна культура містить як вербальну, так і невербальну комунікацію, а також візуальні та аудіоелементи, писемну та іконографічну інформацію. Таке поєднання різних форм комунікації відоме як аудіовізуальний синдром. Навіть якщо аудіовізуальна культура не відмовляється від природної мови, вона не може існувати без мови як основного культурного коду. Розвиток технологій та їхні різноманітні застосування є необхідною передумовою для поширення аудіовізуальної культури. Без технологічних досягнень не було б цифрових документів чи візуальних та аудіовізуальних записів. Технології також сприяли демократизації культурної популяризації, розширюючи її сферу впливу. Наприклад, цифрові медіа значно вплинули на комунікацію у дослідженнях і мистецьку творчість, що мало соціальні, культурні та політичні наслідки. Нові технології обробки інформації трансформували статус самої інформації. Вони надали їй нове значення, збагачене функціями посередництва між відправником та одержувачем. Тому маємо акцентувати більше на інформації (відповідно, інформаційній культурі, ніж на її технологічних детермінантах.

Глобальні тренди, що впливають на інформаційну культуру сучасного суспільства, охоплюють: цифрову трансформацію (зростання використання цифрових технологій у всіх сферах життя, що впливає на способи обміну та споживання інформації); глобалізацію (активна взаємодія між країнами та культурами, що призводить до ширшого доступу до різноманітної інформації з усього світу); швидкість інформаційного потоку (інформація поширюється швидко через соціальні мережі та інтернет-платформи, що потребує оперативного розв'язання завдань та ухвалення рішень; зміну способів комунікації (зростання популярності мультимедійних і візуальних засобів комунікації, таких як відеоконтент, селфі, сториз тощо).

Концепція інформаційної культури в контексті глобальних тенденцій у сучасному суспільстві визначається як сукупність знань, навичок, цінностей і практик, пов'язаних із пошуком, обробкою, зберіганням, поширенням та використанням інформації в умовах постійних змін у технологіях і комунікаціях [20]. Глобальні тенденції у сфері інформаційної культури охоплюють зростання кількості цифрових джерел інформації, розвиток штучного інтелекту та автоматизації, поширення соціальних мереж як засобу комунікації та збільшення кількості даних, які генеруються щодня. Важливо, щоб сучасне суспільство надавало належну увагу розвитку інформаційної культури серед своїх громадян, щоб кожна людина була здатна ефективно взаємодіяти з інформацією, а також уміла критично мислити, аналізувати та робити свідомі висновки на основі отриманої інформації.

Глобальні тенденції у сучасному суспільстві суттєво впливають на поведінку та практику отримання інформації окремих осіб і спільнот, а саме:

1. Швидкість інформаційного потоку: завдяки сучасним технологіям інформація поширюється швидко, що може призводити до необхідності миттєвого розв'язання завдань. Наприклад, люди здебільшого шукають інформацію в інтернеті замість читання книг.

2. Фільтрування інформації: завантаженість інформацією може вимагати від нас уміння ефективно фільтрувати й оцінювати інформацію, щоб виокремити важливе серед неважливого.

3. Глобальний доступ: завдяки інтернету та соціальним мережам ми маємо доступ до інформації з усього світу, що може змінювати бачення світу та розширювати горизонти.

4. Візуальна та аудіоінформація: з розвитком мультимедійних технологій інформація представлена у формі відео, аудіо та інших візуальних форматів, що впливає на спосіб отримання та сприйняття даних.

Загалом, ці тенденції можуть призводити до зміни нашого способу мислення, взаємодії з інформацією та сприйняття світу.

Еволюція інформаційної культури в контексті глобальних тенденцій і технологічних досягнень може бути розділена на кілька етапів:

1. Зародження та поширення інформаційних технологій: на цьому етапі відбувається поява та розвиток різноманітних технологій передачі інформації, таких як телефонія, телебачення та інтернет.

2. Демократизація доступу до інформації: з розвитком інтернету та соціальних мереж доступ до інформації став демократичним, що дає змогу людям усвідомлювати та спілкуватися зі світом навколо них.

3. Інтеграція технологій та інформаційних сервісів: сучасне суспільство характеризується інтеграцією різноманітних технологій і сервісів, що дає змогу людям ефективніше обмінюватися та користуватися інформацією.

Ці етапи демонструють, як інформаційна культура змінюється та адаптується до сучасних глобальних тенденцій і технологічних досягнень, що впливають на способи доступу, обміну та використання інформації в суспільстві.

Складна взаємодія між інформаційною культурою та глобальними тенденціями відображається у трансформаційному впливі на поширення інформації та моделі споживання. Сучасне суспільство відоме своєю постійною змінністю та високою швидкістю розвитку, що впливає на те, як ми сприймаємо, обробляємо та споживаємо інформацію. Глобальні тенденції, такі як соціальні мережі та мобільні технології, роблять доступ до інформації швидким і простим. Це призводить до швидшого поширення новин, думок та ідей по всьому світу – від перегляду відео на стримінгових платформах до читання новин у соціальних мережах. Тобто споживання інформації стає інтерактивним і персоналізованим, і така взаємодія сприяє появі нових форм комунікації, способів зберігання та обміну інформацією, удосконаленню процесів навчання та розвитку, а також змінює наші уявлення про світ навколо нас.

Висновки. Аналіз інформаційної культури охоплює не лише інформацію, але й спосіб її використання, і рівень взаємодії. Досліджуючи цю культуру, ми насамперед стурбовані людським аспектом використання інформації, а не її змістом. Адекватне представлення соціальної природи інформації, її впливу на соціальні структури та групову динаміку, комунікацію, набуття знань і співвідношення між індивідуальним досвідом і соціальною комунікацією залишається складним завданням для гуманістичних і соціальних дисциплін. Тому у сфері інформаційної культури важливо постійно вдосконалювати свої навички з обробки та аналізу інформації в цифровому середовищі.

Слід бути критичними споживачами інформації, завжди перевіряти достовірність джерел, які використовуються для отримання інформації. Основною рекомендацією є займання активної позиції у формуванні та розвитку власної інформаційної культури. Для цього треба вивчати цифрові технології та опановувати нові знання у цій галузі.

Перспективи подальших досліджень. Подальші дослідження в галузі інформаційної культури в контексті глобальних трендів розглядатимуть такі аспекти: *вплив соціальних мереж на інформаційну культуру* (дослідження можуть вивчати, як соціальні мережі впливають на способи сприйняття та поширення інформації серед користувачів); *розвиток штучного інтелекту (ШІ) в інформаційній сфері*: (вивчення того, як розвиток штучного інтелекту впливає на автоматизацію процесів обробки та аналізу великих обсягів інформації); *психологічні аспекти сприйняття інформації в цифровому середовищі*: (дослідження можуть аналізувати вплив цифрових технологій на психологічний комфорт та сприйняття інформації людьми).

Список використаної літератури

1. Аксьонова В. І. Міжкультурна комунікація як системоутворюючий фактор сучасної інформаційної культури: теоретико-методологічний контекст. *Гуманітарний вісник Запорізь. держ. інженерної акад.*, 2013. Вип. 53. С. 89–100.
2. Беляков К. І., Онопрієнко С. Г., Шопіна І. М. Інформаційна культура в Україні: правовий вимір : монографія. Київ : КВІЦ, 2018. 169 с.
3. Біличенко О. Л. Культурно-виховна роль книги в умовах формування інформаційного суспільства : дис. ... канд. пед. наук : 07.00.08 / Харк. держ. акад. культури. Харків, 2000. 186 с.
4. Бондар О. В. Формування інформаційної культури менеджерів організацій у післядипломній освіті: дис. ... канд. пед. наук : 07.00.08 / Класич. приват. ун-т. Запоріжжя, 2019. 228 с.
5. Брижко В. М. До гносеології категорії «інформація». *Інформація і право*. 2011. № 2. С. 13–20.
6. Виселко І. В. Трансформація культурних смислів у контексті аудіовізуальної комунікації : дис. ... канд. філос. наук : 26.00.01 / Нац. техн. ун-т України «Київський Політехнічний Інститут». Київ, 2015. URL: http://scc.knu.ua/upload/iblock/412/dis_Vyselko%20I.V..pdf (дата звернення: 15.05.2024).

7. Дичковський С. І. Глобальні трансформації туристичних практик і технологій в контексті становлення цифрового суспільства (digital society) : монографія. Київ : Вид-во Ліра-К, 2020. 384 с.
8. Каверіна А. Довіра до конвергентних медіа в Україні: дис.... канд. соціолог. наук (д-ра філософії) : 22.00.04 / Харк. нац. ун-т ім. В. Н. Каразіна. Харків, 2017. 199 с.
9. Карпчук Н. П. Інформаційна культура спічрайтера. *Політичне життя*. 2018. № 1. С. 97–101.
10. Кивлюк О. П. Становлення інформаційної педагогіки в умовах глобалізації: філософський аналіз : дис.... д-ра філос. наук : 09.00.10 / Нац. пед. ун-т ім. М. П. Драгоманова. Київ, 2013. 293 с.
11. Кириченко М. О. Формування ідеології інформаційного суспільства в умовах глобальної інформатизації: тенденції, парадигми, перспективи розвитку: монографія. Харків : Технологічний Центр, 2017. 320 с.
12. Лобузін К. В. Технології організації знанневих ресурсів у бібліотечно-інформаційній діяльності: монографія. Київ : НБУВ, 2012. 249 с.
13. Ломачинська І., Ломачинський Б. Роль медіакультури в інформаційних війнах сучасності. *Схід*. 2023. Т. 3 (3). С. 66–73. DOI: [https://doi.org/10.21847/1728-9343.2022.3\(3\).268297](https://doi.org/10.21847/1728-9343.2022.3(3).268297).
14. Ломачинський Б. Г. Феномен цифрової культури в університетських бібліотеках. *Multidisciplinary scientific notes. Theory, history and practice* : Proceedings of the VI International Scientific and Practical Conference Edmonton, Canada, 01–04 November, 2022. Edmonton : International Science Group, 2022. P. 104–107.
15. Міхов Л. І. Сутність та зміст корпоративної культури. *Вісник Бердянськ. ун-ту менеджменту і бізнесу*, 2015. № 3. С. 42–46.
16. Надибська О. Я. Комунікація як соціокультурний та гносеологічний феномен. *Культура народів Причорномор'я*. 2012. № 227. С. 156–159.
17. Остапова І. Електронна книга і традиційна книжкова культура. *Бібліотечний вісник*. 2003. № 5. С. 38–44.
18. Пожув В. І. Інформаційна культура інформаційного суспільства. *Гуманітарний вісник Запорізь. держ. інженерної акад.*, 2007. Вип. 29. С. 4–17.
19. Прийма С. Синергійно-інформаційний підхід як методологічний інструментарій дослідження відкритої освіти дорослих. *Освіта та педагогічна наука*. 2014. № 2 (163). С. 56–63.
20. Рамський Ю. С. Формування інформаційної культури особи – пріоритетне завдання сучасної освітньої діяльності. *Наук. часопис НПУ ім. М. П. Драгоманова. Серія 2: Комп'ютерно-орієнтовні системи навчання*. 2004. Вип. 1 (8). С. 19–42. URL: <https://fi.npu.edu.ua/zbirnyk-kosn/zbirnyk-8/2009-11-27-12-10-09257> (дата звернення: 15.05.2024).
21. Савельєва Т. П. Медіатизація в мережевому суспільстві: зміст та тенденції. *Сучасне суспільство*. 2012. Вип. 2. С. 185–192.
22. Симоненко С., Шубелка Н. Вплив інформаційних технологій на стиль мислення людини. *Вісник Львів. ун-ту. Серія філософсько-політологічні студії*. 2021. № 36. С. 139–145. DOI: <https://doi.org/10.30970/PPS.2021.36.17>
23. Станіславська К. І. Про стан та перспективи розвитку освіти у сучасному медіапросторі в умовах екранної культури. *Освіта дорослих: теорія, досвід, перспективи*. 2013. Вип. 7. С. 330–338.
24. Теремко В. Стратегічні виклики друкованої культури в електронну еру. *Вісник Книжкової палати*. 2011. № 5. С. 14–18.
25. Тимченко А. А. Системні інформаційні технології моделювання складних систем. *Інформаційні технології в освіті, науці і техніці» (ІТОНТ-2016)* : тези доп. III Міжнар. наук.-практ. конф., м. Черкаси, 12–14 трав., 2016 р. Черкаси, 2016. С. 29–31.
26. Філософія інформації / розробник І. М. Ломачинська. Київ : Київ. столичний ун-т ім. Б. Грінченка, 2022. 24 с.
27. Цимбалюк В. Інформаційна культура як чинник національної інформаційної безпеки (організаційно-правовий аспект). *Правове, нормативне та метрологічне забезпечення системи захисту інформації в Україні*. 2004. Вип. 9. С. 11–17. URL: <https://ela.kpi.ua/server/api/core/bitstreams/5534fc19-d360-4f92-894e-655824b3e160/content> (дата звернення: 15.05.2024).
28. Чапак Я. В., Чуйко Г. В., Андрєєва Я. Ф. Психологічні спекти впливу інформаційної бульбашки на людину та соціум. *Психологічний часопис*. 2023. Вип. 9 (5). С. 38–51. DOI: <https://doi.org/10.31108/1.2023.9.5.4>
29. Чумак О. В. Інноваційна діяльність як чинник розвитку суспільства в умовах глобалізації : автореф. дис. ... канд. філос. наук : 09.00.03 / Запорізь. нац. ун-т. Запоріжжя, 2015. 20 с. URL: http://phd.znu.edu.ua/page/aref/05_2015/Chumak_aref_2015.pdf (дата звернення: 15.05.2024).

References

1. Aksonova V. I. Mizhkulturna komunikatsiia yak systemoutvoriuiuchy faktor suchasnoi informatsiinoi kultury: teoretyko-metodolohichniy kontekst. *Humanitarnyi visnyk Zaporizkoi derzhavnoi inzhenernoi akademii*. 2013. Vyp. 53. S. 89–100.
2. Bieliakov K. I., Onopriienko S. H., Shopina I. M. Informatsiina kultura v Ukraini: pravovyi vymir : monohrafiia. Kyiv : KVITs, 2018. 169 s.
3. Bilychenko O. L. Kulturno-vykhovna rol knyhy v umovakh formuvannia informatsiinoho suspilstva : dys. ... kand. ped. nauk : 07.00.08 / Kharkivska derzhavna akademiia kultury. Kharkiv, 2000. 186 ark.
4. Bondar O. V. Formuvannia informatsiinoi kultury menedzheriv orhanizatsii u pislidiplomnii osviti : dys.... kand. ped. nauk : 07.00.08 / Klasychnyi pryvatnyi universyte. Zaporizhzhia, 2019. 228 s.
5. Bryzhko V. M. Do hnoseolohii katehorii «informatsiia». *Informatsiia i pravo*. 2011. № 2. S. 13–20.
6. Vyselko I. V. Transformatsiia kulturnykh smysliv u konteksti audiovizualnoi komunikatsii: dys. ... kand. filosofskykh nauk : 26.00.01 / Natsionalnyi tekhnichniy universytet Ukrainy «Kyivskiy politekhnichniy instytut imeni Ihoria Sikorskoho». Kyiv, 2015. URL: http://scc.knu.ua/upload/iblock/412/dis_Vyselko%20I.V..pdf

7. Dychkovskiy S. I. Hlobalni transformatsii turystychnykh praktyk i tekhnolohii v konteksti stanovlennia tsyfrovoho suspilstva (digital society) : monohrafiia. Kyiv : Vydavnytstvo Lira-K, 2020. 384 s.
8. Kavierina A. Dovira do konverhentnykh media v Ukraini : dys. ... kand. sotsioloh. nauk (doktora filosofii) : 22.00.04 / Kharkivskiy natsionalnyi universytet imeni V. N. Karazina. Kharkiv, 2017. 199 s.
9. Karpchuk N. P. Informatsiina kultura spichraitera. *Politychne zhyttia*. 2018. № 1. S. 97–101.
10. Kyvliuk O. P. Stanovlennia informatsiinoi pedahohiky v umovakh hlobalizatsii: filosofskiy analiz : dys. ... doktora filosofskykh nauk : 09.00.10 / Natsionalnyi pedahohichnyi universytet imeni M.P.Drahomanova. Kyiv, 2013. 293 s.
11. Kyrychenko M. O. Formuvannia ideolohii informatsiinoho suspilstva v umovakh hlobalnoi informatyzatsii: tendentsii, paradyhmy, perspektyvy rozvytku : monohrafiia. Kharkiv : Tekhnolohichnyi Tsent, 2017. 320 s.
12. Lobuzina K. V. Tekhnolohii orhanizatsii znannievnykh resursiv u bibliotechno-informatsiini diialnosti : monohrafiia. Kyiv : NBUV, 2012. 249 c.
13. Lomachynska I., Lomachynskiy B. Rol mediakultury v informatsiinykh viinakh suchasnosti. *Skhid*. 2023. T. 3 (3). S. 66–73. DOI: [https://doi.org/10.21847/1728-9343.2022.3\(3\).268297](https://doi.org/10.21847/1728-9343.2022.3(3).268297)
14. Lomachynskiy B. H. Fenomen tsyfrovoy kultury v universytetskykh bibliotekakh. *Multidisciplinary scientific notes. Theory, history and practice* : Proceedings of the VI International Scientific and Practical Conference Edmonton, Canada, 01–04 November, 2022. Edmonton : International Science Group, 2022. P. 104–107.
15. Mikhov L. I. Sutnist ta zmist korporatyvnoi kultury. *Visnyk Berdianskoho universytetu menedzhmentu i biznesu*. 2015. № 3. S. 42–46.
16. Nadybska O. Ya. Komunikatsiia yak sotsiokulturnyi ta hnoseolohichnyi fenomen. *Kultura narodov Prychernomoria*. 2012. № 227. S. 156–159.
17. Ostapova I. Elektronna knyha i tradytsiina knyzhkova kultura. *Bibliotechnyi visnyk*. 2003. № 5. S. 38–44.
18. Pozhuiev V. I. Informatsiina kultura informatsiinoho suspilstva. *Humanitarnyi visnyk Zaporizkoi derzhavnoi inzhenernoi akademii*. 2007. Vyp. 29. S. 4–17.
19. Pryima S. Synerhiino-informatsiinyi pidkhyd yak metodolohichnyi instrumentarii doslidzhennia vidkrytoi osvity doroslykh. *Osvita ta pedahohichna nauka*. 2014. № 2 (163). S. 56–63.
20. Ramskiy Yu. S. Formuvannia informatsiinoi kultury osoby – priorytetne zavdannia suchasnoi osvitnoi diialnosti. *Naukovyi chasopys NPU im. M. P. Drahomanova. Seriya 2: Kompiuterno-orientovni systemy navchannia*. 2004. Vyp. 1 (8). S. 19–42. URL: <https://fi.npu.edu.ua/zbirnyk-kosn/zbirnyk-8/2009-11-27-12-10-09257>
21. Savelieva T. P. Mediatyzatsiia v merezhevomu suspilstvi: zmist ta tendentsii. *Suchasne suspilstvo*. 2012. Vyp. 2. S. 185–192.
22. Symonenko S., Shchubelka N. Vplyv informatsiinykh tekhnolohii na styl myslennia liudyny. *Visnyk Lvivskoho universytetu. Seriya filosofsko-politolohichni studii*. 2021. № 36. S. 139–145. DOI: <https://doi.org/10.30970/PPS.2021.36.17>
23. Stanislavska K. I. Pro stan ta perspektyvy rozvytku osvity u suchasnomu mediaprostori v umovakh ekrannoi kultury. *Osvita doroslykh: teoriia, dosvid, perspektyvy*. 2013. Vyp. 7. S. 330–338.
24. Terenko V. Stratehichni vyklyky drukovaniu kulturi v elektronnu eru. *Visnyk Knyzhkovoi palaty*. 2011. № 5. S. 14–18.
25. Tymchenko A. A. Systemni informatsiini tekhnolohii modeliuvannia skladnykh system. *Informatsiini tekhnolohii v osviti, nautsi i tekhnitsi» (ITONT-2016)* : tezy dop. III Mizhnar. nauk.-prakt. konf., m. Cherkasy, 12–14 trav. 2016 r. Cherkasy, 2016. S. 29–31.
26. Filosofiia informatsii / rozrobnyk I. M. Lomachynska. Kyiv : Kyiv. stolychnyi un-t imeni B. Hrinchenka, 2022. 24 s.
27. Tsymbaliuk V. Informatsiina kultura yak chynnyk natsionalnoi informatsiinoi bezpeky (orhanizatsiino-pravovyi aspekt). *Pravove, normatyvne ta metrolohichne zabezpechennia systemy zakhystu informatsii v Ukraini*. 2004. Vyp. 9. S. 11–17. URL: <https://ela.kpi.ua/server/api/core/bitstreams/5534fc19-d360-4f92-894e-655824b3e160/content>
28. Chaplak Ya. V., Chuiko H. V., Andrieieva Ya. F. Psykholohichni spekty vplyvu informatsiinoi bulbashky na liudynu ta sotsium. *Psykhologichnyi chasopys*. 2023. Vyp. 9 (5). S. 38–51. DOI: <https://doi.org/10.31108/1.2023.9.5.4>
29. Chumak O. V. Innovatsiina diialnist yak chynnyk rozvytku suspilstva v umovakh hlobalizatsii : avtoref. dys. ... kand. filosofskykh nauk : 09.00.03 / Zaporizkiy natsionalnyi universytet. Zaporizhzhia, 2015. 20 s. URL: http://phd.znu.edu.ua/page/aref/05_2015/Chumak_aref_2015.pdf

INFORMATION CULTURE IN THE CONTEXT OF GLOBAL TRENDS IN CONTEMPORARY SOCIETY

Horban Yurii – PhD in Cultural Studies, Professor, Professor at the Department of Information Technologies
Kyiv National University of Culture and Arts

Oliinyk Oksana – PhD in Cultural Studies, Associate Professor, Vice-Rector for Scientific and Pedagogical
Work Kyiv National University of Culture and Arts

This article delves into the concept of information culture within the framework of global trends in contemporary society. It *aims* to analyze the impact of these trends on the information behavior and practices of individuals and communities.

The *purpose* is to explore how information culture is evolving in response to global trends and technological advancements, shaping the way information is accessed, shared, and utilized in modern society.

The *research methodology* employed a combination of literature review, case studies, and qualitative analysis to investigate the dynamics of information culture within the context of global trends.

Results: The study revealed the intricate interplay between information culture and global trends, highlighting the transformative effects on information dissemination and consumption patterns.

Scientific Novelty: This research contributes to the existing literature by offering a comprehensive examination of information culture in light of contemporary global trends, providing insights into the evolving nature of information practices.

Practical Significance: The findings have practical implications for policymakers, educators, and information professionals in adapting to the changing landscape of information culture and effectively utilizing information resources in diverse societal contexts.

Conclusions: The study underscores the importance of understanding information culture in the digital age and emphasizes the need for continuous adaptation to harness the potential benefits of information in a rapidly changing global environment.

Future Research Prospects: Future research has to continue exploring the longitudinal impacts of information culture on societal structures, information literacy initiatives, and the role of emerging technologies in shaping information behaviors.

Key words: information culture, visual culture, global trends, modern society, media literacy, information literacy, digitalization, globalization of information space, information security, information market.

Надійшла до редакції 26.05.2024 р.

УДК 008: 004.9

ПОПУЛЯРИЗАЦІЯ КУЛЬТУРИ В ЦИФРОВУ ЕПОХУ : МІЖ ПРОСВІТНИЦТВОМ І ДОСТУПНІСТЮ

Дарованець Катерина Іванівна – асистент кафедри фешн і шоу-бізнесу,
Київський національний університет культури і мистецтв, м. Київ
<https://orcid.org/0000-0002-3262-9247>
DOI: <https://doi.org/10.35619/ucpmk.v48i.802>
ivanoovna@gmail.com

Виявлено особливості популяризації культури в цифрову епоху з акцентуацією уваги на потребах аудиторії у просвітництві та доступності. Наголошується, що контент-маркетологи повинні покращити цифровий контент культури для суттєвої зміни її позиціонування у мережевому суспільстві, перетворивши з продавця товару на контент-менеджера знань. Зроблено висновок, що нова гуманітарна місія культури спрямована на формування безбар'єрного середовища та рівних можливостей для всіх, тому її продукти мають бути доступними не лише фізично, а й економічно та навіть інтелектуально. І ця тенденція посилюватиметься, розвиток культури значною мірою визначатиметься її реальними та потенційними споживачами, що висуває низку вимог до її популяризаторів. Цифрова реальність і демократичні тенденції суттєво змінили розуміння доступності, актуалізувавши її значимість для популяризації та реалізації просвітницької місії культури, зокрема за допомогою цифрового контенту.

Ключові слова: популяризація культури, цифровізація, просвітництво, доступність, аудиторія, цифровий контент.

Постановка проблеми. Наразі культура, її установи та актори демонструють дедалі більшу цифрову присутність. При цьому цифрові соціокультурні практики суттєво трансформують вимоги до популяризації культури та культурно-мистецьких здобутків. Така тенденція стимулює пошук більш адекватних напрямів та інструментів культурно-мистецької презентації, які відповідали б ціннісним орієнтирам та вимогам сучасного цифрового суспільства.

Суттєва відмінність у популяризації/презентації культури класичними та сучасними засобами багато в чому полягає і залежить від ролі аудиторії, особливо з огляду на новітні технологічні форми комунікації. Так, в епоху соціальних медіа ця роль постфактум стала основною, якщо не сказати вирішальною. Як зазначають автори праці «Маркетинг 4.0. Перехід від традиційного до цифрового» [7], цифрова епоха змінює все: від каналів комунікації до принципів взаємодії з клієнтами, довіру яких дедалі складніше здобути: вони постійно спілкуються у месенджерах, читають рецензії громадських журналістів у Twitter (X), обговорюють все у Facebook [7].

У цифровому суспільстві не існує чарівної формули контент-стратегії популяризації культури, як і будь-якого іншого об'єкта, але є максима, до якої потрібно прагнути завжди: орієнтація на потреби користувачів/аудиторію/глядачів. Сучасній культурі та її акторам потрібно вміти взаємодіяти з аудиторією, відповідати її вимогам та постійно відслідковувати зміни в її настроях та інтересах. Отже, актуалізувалося питання про необхідність шукати і залучати аудиторію будь-якими доступними способами.

При цьому цифровий контент, відповідно до стратегії маркетингу 4.0, повинен реалізувати просвітницьку функцію. Тобто він має надавати аудиторії певні знання, або хоча б та інформація, яку він втримує, мусить мати певну освітньо-виховну цінність. На жаль, в умовах кліпізації подачі та сприйняття інформації, у цифровій формі вираження якої переважає аудіовізуальний шорт-контент, теза, яка була популярною на початку активного розвитку культурних закладів – головне збудувати просвітницьку установу, а відвідувачі самі прийдуть [4; 4] – сьогодні вже не актуальна. Все це актуалізує низку проблемних питань, які, зокрема, стосуються теми нашого дослідження.