

**Ю.І. Палеха, О.Ю. Палеха, Ю.І. Горбань**

# **ІНФОРМАЦІЙНА КУЛЬТУРА**

**Навчальний посібник**

Київ  
Видавництво Ліра-К  
2020

**УДК 025.2**  
**П14**

*Рекомендовано до видання рішенням Вченої Ради  
ПВНЗ “Європейський університет”  
(протокол №5 від 17 вересня 2019 р.)*

**Рецензенти:**

**Герчанівська П. Е.**, доктор культурології, професор, завідувач кафедри культурології та інформаційних комунікацій Національної академії керівних кадрів культури та мистецтв.

**Оксіюк О. Г.**, доктор технічних наук, професор, завідувач кафедри кібербезпеки та захисту інформації КНУ ім. Тараса Шевченка.

**Онщенко І. Г.**, доктор політичних наук, професор, проректор з наукової роботи ПВНЗ “Європейський університет”.

**Палеха Ю. І., Палеха О.Ю., Горбань Ю.І.**

**П14** Інформаційна культура: навч. посібн. / за заг. ред. проф. Палехи Ю.І. Київ : Видавництво Ліра-К, 2020. 400 с.

**ISBN 978-617-7844-94-4**

У виданні розкрита суть і структура інформаційної культури як феномену сучасності, охарактеризовані в залежності від суб'єкта її три основні рівні.

На рівні культури інформаційного суспільства розкрито характеристики та побудовано його модель, охарактеризовані напрями розвитку та виокремлено проблеми, виділені питання інформатизації, інформаційної безпеки, збереження культурної спадщини, правового регулювання у сфері інформаційних відносин. Окремо у виразно питанні формування сучасного інформаційного ринку, дана характеристика апаратним засобам і телекомунікаційному обладнанню, інформаційним та програмним продуктам, інформаційним послугам.

На рівні інформаційної культури особистості, як частки її загальної культури, проаналізовано основні компетентності, які забезпечують цілеспрямовану діяльність індивіда щодо оптимального задоволення власних інформаційних потреб, його спроможності вільно орієнтуватися в інформаційному середовищі.

Особливу увагу приділено питанням інформаційної культури організації як складника інформаційної культури суспільства, що характеризує ступінь спільних досягнень її працівників у створенні інформаційних продуктів та послуг, в усіх можливих видах роботи з інформацією, впровадженні і застосуванні новітніх інформаційних систем і технологій.

Видання призначено для студентів, аспірантів та викладачів зі спеціальності “Інформаційна, бібліотечна та архівна справа”, слухачів курсів підготовки керівних кадрів культури і мистецтв, слухачів системи підвищення професійної кваліфікації.

**УДК 025.2**

**ISBN 978-617-7844-94-4**

© Палеха Ю.І., Палеха О.Ю.,  
Горбань Ю.І., 2020  
© Видавництво Ліра-К, 2020

## ЗМІСТ

|             |   |
|-------------|---|
| Вступ ..... | 5 |
|-------------|---|

### **Розділ I. ІНФОРМАЦІЙНА КУЛЬТУРА ЯК ФЕНОМЕН СУЧАСНОСТІ**

|  |    |
|--|----|
| 1.1. Складові терміна “Інформаційна культура” .....                          | 10 |
| 1.2. Інформаційна культура: визначення, підходи та напрями дослідження ..... | 23 |
| 1.3. Етапи розвитку та об’єкти інформаційної культури.....                   | 35 |
| 1.4. Інформаційна культура особистості .....                                 | 45 |

### **Розділ II. ІНФОРМАЦІЙНЕ СУСПІЛЬСТВО**

|  |     |
|--|-----|
| 2.1. Інформаційне суспільство як етап розвитку людства.....      | 65  |
| 2.2. Інформаційне суспільство та його характеристики .....       | 86  |
| 2.3. Інформаційна культура як сегмент культури суспільства ..... | 105 |
| 2.4. Інформатизація українського суспільства .....               | 109 |

### **Розділ III. ІНФОРМАЦІЙНА ПОЛІТИКА, БЕЗПЕКА ТА ПРАВО**

|   |     |
|---|-----|
| 3.1. Інформаційна політика держави .....                                  | 124 |
| 3.2. Інформаційна безпека, охорона і збереження культурної спадщини ..... | 134 |
| 3.3. Правове регулювання у сфері інформаційних відносин .....             | 144 |

### **Розділ IV. ІНФОРМАЦІЙНІ ПРОДУКТИ І ПОСЛУГИ ЯК ПОКАЗНИК РІВНЯ ІНФОРМАЦІЙНОЇ КУЛЬТУРИ**

|   |     |
|---|-----|
| 4.1. Ринок інформаційних продуктів і послуг .....         | 175 |
| 4.2. Апаратні засоби і телекомунікаційне обладнання ..... | 185 |
| 4.3. Програмні продукти інформаційного суспільства .....  | 201 |
| 4.4. Інформаційні документи.....                          | 208 |
| 4.5. Інформаційні послуги .....                           | 223 |

|  |            |
|--|------------|
| <b>Розділ V. ІНФОРМАЦІЙНА КУЛЬТУРА ОРГАНІЗАЦІЇ</b>                                 |            |
| 5.1. Інформаційна культура організації як складова її корпоративної культури ..... | 234        |
| 5.2. Культура документування інформації.....                                       | 263        |
| 5.3. Культура пошуку та опрацювання інформації.....                                | 284        |
| 5.4. Культура організування роботи зі службовими документами .....                 | 308        |
| 5.5. Інформаційно-технологічна культура організації.....                           | 339        |
| <b>Використані джерела та література.....</b>                                      | <b>370</b> |

## Вступ

Помітною рисою сучасності є досить активне використання поняття “культура”. Можна без перебільшення констатувати, що цей термін став широко вживаним у всіх формах і на всіх рівнях індивідуальної та суспільної свідомості, в усіх сферах людської життєдіяльності. У широкому використанні поняття “культура” виявляється надзвичайно важлива та істотна риса часу – прагнення виділити культурні й некультурні феномени, духовні і бездуховні, моральні й аморальні, вичленувати культуру як особливу частину буття, що характеризує людину і суспільство з боку наявності життєстверджуючих духовно-моральних понять та цінностей, які так необхідні сьогоденню.

У понятті “культура” фіксується як загальна відмінність людської життєдіяльності від біологічних форм життя, так і якісна відмінність історико-конкретних форм цієї життєдіяльності на різних етапах суспільного розвитку, в межах конкретних епох, суспільно-політичних формацій, етнічних та національних особливостей. Серед найбільш поширених у науковій культурології визначень терміну “культура” можна назвати такі:

*Культура* – як все те, що зроблено людиною, на відмінну від того, що створила природа (Г.В. Плеханов). *Культура* – сукупність матеріальних і духовних благ, створених людиною. Прихильниками такого аксеологічного тлумачення були А.І. Арнольдов, М.Б. Мітін, М.П. Кім та ін. *Культура* – сукупність ціннісних об’єктів, що виникли в результаті людської діяльності. Ця концепція відома як ціннісний підхід до культури, що визначає її як сукупність досягнень суспільства в його матеріальному й духовному розвитку.

У понятті “культура” фіксується як загальна відмінність людської життєдіяльності від біологічних форм життя, так і якісна відмінність історико-конкретних форм цієї життєдіяльності на різних етапах суспільного розвитку, в межах конкретних епох, суспільно-політичних формацій, етнічних та національних особливостей. Семантична багатозначність цього терміна дає змогу використовувати його в якості характеристики різноманітного спектра об’єктивних та суб’єктивних станів, процесів і результатів, що властиві людському буттю. Так, говорять про культуру суспільства й особистості, про світову і локальну культуру,

культуру почуттів і культуру землеробства, про політичну та фізичну культуру, матеріальну й духовну, масову, елітарну і, нарешті, про культуру організації та інформаційну культуру.

З огляду на інформаційну природу культури та особливості сучасного етапу розвитку людства окремої уваги потребує визначення такого концепту, як “інформаційна культура”. Саме вона є характеристикою інформаційної сфери життєдіяльності людей, у якій ми можемо відзначити ступінь досягнутого, кількість і якість створеного, тенденції розвитку, ступінь прогнозування майбутнього, що відображає рівень досягнутого в розвитку інформаційної взаємодії людей.

Іншими словами, інформаційна культура виступає як система матеріальних і духовних способів забезпечення єдності й гармонії у взаєминах людини, суспільства та інформаційного середовища.

В даний час інформаційну культуру все частіше трактують як особливий феномен інформаційного суспільства, яку залежно від об'єкта розгляду можна подати як інформаційну культуру: суспільства, особи та соціальної групи (організації чи окремих категорій споживачів інформації).

Так, *інформаційна культура суспільства* – поняття, що характеризує світ з погляду збільшення кількості й різноманітності інформації та каналів її розповсюдження, а також розвиток міждержавних комунікаційних каналів, створення глобальної інформаційної інфраструктури і комунікативних систем з миттєвою передачею консолідованої інформації при одночасному зростанні її значення та збільшення робочої сили працівників, задіяних у збиранні, обробленні, захисті та поширенні інформації в часі та просторі. Саме інформаційна культура є характеристикою інформаційної сфери життєдіяльності людей, у якій ми можемо відзначити ступінь досягнутого, кількість і якість створеного, тенденції розвитку, ступінь прогнозування майбутнього, вона відображає рівень досягнутого в розвитку інформаційного спілкування людей. Іншими словами, інформаційна культура виступає як система матеріальних і духовних способів забезпечення єдності й гармонії у взаєминах людини, суспільства та інформаційного середовища.

*Інформаційна культура людини* – це системне утворення особистості, яке інтегрує знання про основні методи інформаційних технологій, уміння використовувати наявну

інформацію для вирішення прикладних завдань, навички використання персонального комп'ютера і технологій зв'язку, здібності представити інформацію в зрозумілій для усіх формі, орієнтує на розширення та поновлення знань. Сучасне суспільство висуває низку вимог до особистості стосовно рівня її інформаційної культури, серед яких: уміння адекватно формалізувати знання; адекватність інтерпретації формалізованих даних та використання нових інформаційних технологій у своїй життєдіяльності; спроможність ефективно використовувати сучасну комп'ютерну техніку та інформаційні технології, що сприяють формуванню парадигми інформаційної людини. Фундаментальний суспільний інтерес у цьому контексті полягає у формуванні світоглядної культури, стрижнем якої є інформаційна культура, що органічно поєднує в собі культуру мислення й мовлення, культуру комунікацій, культуру організації праці, культуру роботи з інформацією в усіх її виявах.

Існують всі підстави виголошувати формування нового поняття **“інформаційна культура організації”** (підприємства чи установи), суб'єкта управління як керуючої системи, як частки організаційної культури в аспекті формування загальної культури людства. У більшості випадків кінцевим результатом діяльності організації виступає консолідована інформаційний продукт чи послуга як результат спільної життєдіяльності людей, система способів їх колективного існування, діяльності та взаємодії, яка спрямована на досягнення спільних в інформаційному середовищі цілей, завдяки знанню законів його функціонування, уміння орієнтуватися в інформаційних потоках, системах та технологіях, що реалізуються у формі досягнення встановлених суб'єктом управління цілей.

Кожен співробітник організації, незалежно від об'єкта посади, пов'язаний у певний технологічний ланцюг щодо розробки інформаційних проєктів, виготовлення інформаційного продукту чи надання інформаційних послуг, мусить мати достатній мінімум компетенцій, щоб досконало працювати з інформацією, оцінювати її легітимність.

Нові умови роботи в диверсифікованих організаціях породжують залежність інформованості однієї людини від інформації, набутої іншими людьми. Тому вже недостатньо вміти самостійно накопичувати інформацію, а необхідно опанувати таку технологію

роботи з нею, коли єдиною командою готуються і приймаються стратегічні рішення на основі колективного знання. Зазначене говорить про те, що в організації мусить бути сформований певний рівень культури поведіння з інформацією, що потребує чіткого дотримання встановлених технологій, вимог і правил, поглиблення гарантій якісного опрацювання, передачі, зберігання та захисту документованої інформації, встановлення належної інформаційно-технологічної культури.

Упровадження сучасних інформаційних технологій опрацювання інформації потребує інформаційних аналітиків, здатних працювати в згуртованій команді, вмінь кожного працівника апарату управління організації здійснювати розробку певних частин консолідованого інформаційного продукту чи послуги в тандемі з іншими учасниками, що дає змогу більш ефективно та продуктивно вирішувати завдання будь-якої форми складності, які не в змозі поодиноці виконати навіть високопрофесійні працівники. Їхня взаємозалежність зумовлена єдиною корпоративною інформаційною культурою суб'єкта управління, яка так чи інакше впорядковує організаційну поведінку працівників, зайнятих інформаційною діяльністю (knowledge officers), у розподілі їхніх повноважень і відповідальності.

Автори сподіваються, що посібник стане корисним кожному, хто прагне вдосконалити свої знання про культуру інформаційно-комунікативної діяльності та зрозуміти її місце серед суспільних наук.

Щиру подяку автори висловлюють докторів культурології, професору, завідувачу кафедри культурології та інформаційних комунікацій Національної академії керівних кадрів культури та мистецтв Герчанівській Поліні Евальдівні; доктору технічних наук, професору, завідувачеві кафедри кібербезпеки та захисту інформації КНУ ім. Тараса Шевченка Оксіюку Олександрю Григоровичу, докторові історичних наук, професору, завідувачеві кафедри українознавства, документознавства та інформаційної діяльності Української академії друкарства Пасічнику Михайлу Степановичу; докторові технічних наук, професору, завідувачеві кафедри соціальних комунікацій та інформаційної діяльності Національного університету “Львівська політехніка” Пелешішину Андрію Миколайовичу; докторові політичних наук, професору, проректорові з наукової роботи Європейського університету



Оніщенко Ірині Григорівні; кандидату мистецтвознавства, заслуженому працівнику освіти України, Голові Асоціації документознавців України, завідувачеві кафедри інформаційної діяльності та медіакомунікацій Одеського національного політехнічного університету Спринсяну Василю Георгійовичу, критичні зауваження та практичні поради яких дали змогу вдосконалити текст і структуру цього видання.

Автори будуть також вдячні всім, хто висловить свої зауваження і зважатиме на них при підготовці наступного перевидання.

*Автори*

*Людство очікує різких змін. Воно стоїть перед глибоким соціальним переворотом і творчою реорганізацією всього часу*

---



## РОЗДІЛ І.

# ІНФОРМАЦІЙНА КУЛЬТУРА ЯК ФЕНОМЕН СУЧАСНОСТІ

---

- 1.1. Складові терміна “Інформаційна культура”
- 1.2. Інформаційна культура: визначення, підходи та напрями дослідження
- 1.3. Етапи розвитку та об’єкти інформаційної культури
- 1.4. Інформаційна культура особистості

### 1.1. Складові терміна “інформаційна культура”

**Коло питань:** *Визначення та суть поняття “культура”. Взаємозв’язок культури суспільства, соціальної групи та особистості. Роль інформації в розвитку суспільства. Характеристики та види інформації*

Основні проблеми сучасного інформаційно-індустріального суспільства, процеси створення принципово нової технологічної бази, його духовна і соціальна модернізація пов’язані зі становленням та розвитком інформаційної культури.

Термін “інформаційна культура” ґрунтується на двох поняттях, – “культура” та “інформація”, що потребує їх більш детального розгляду для подальшого загальноновизнаного трактування.

## Визначення та суть поняття “культура”

Багатогранність феномена культури відображена в численних підходах до її дослідження. У буквальному перекладі з латинської мови слово “культура” (*coler*) означає культивувати або обробляти землю з метою забезпечення визначених потреб людини, а також результат цієї діяльності. У середні віки це слово вже означало прогресивний метод оброблення зернових, таким чином, виник термін “*agriculture*”.

Спочатку слово “культура” використовували для визначення всієї трудової діяльності та її результатів, але поступово виникли й переносні значення терміна “культура”. Так, стародавні греки вважали, що культурою духа є філософія, а щоб дух був культурним, його необхідно обробляти так, як селянин обробляє землю. Пізніше культурою розуміли сферу духовного життя суспільства, що охоплює насамперед систему виховання, освіти, духовної творчості.

Римський політичний діяч, оратор і письменник Ціцерон використав цей термін для позначення того, що є відмінним від природного, тобто змінене, вдосконалене стосовно людини – освіченість і виховання.

Цікаво, що в індоєвропейських мовах слово *культ* означає шанування, служіння благодаті, а *ур* – світло. У німецькій мові є слово *uralt* – дуже старий, *urbar* – орний, оранка цілини, *urkund* – документ, грамота. В англійській – *urban* – міський, *urbane* – ввічливий, із вишуканими манерами; у французькій – *urbain* – міський, *urbanisation* – урбанізація, міське будівництво.

Німецький філософ-ідеаліст О. Шпенглер у творі “Захід Європи” писав, що культура є зовнішнім виявом внутрішнього устрою душі народу і відображається в єдності його життя та зовнішніх проявів. Він назвав лише вісім культур, які досягли свого апогею, зокрема китайську, вавилонську, єгипетську, індійську, античну, арабську, західну і культуру народу майя. В основі кожної лежить особлива душа. Так, в основі античної культури – аполлонська душа, в основі арабської – магічна, в основі західноєвропейської – фаустівська.

Досліджуючи місце культури в розвитку цивілізації, О. Шпенглер писав про культуру: “Грецька душа і римський інтелект – ось що це таке. Греків можна розуміти, не говорячи про їхні господарські відносини. Римлян розуміють тільки через ці відносини” [347].

У XVIII–XIX ст. слово “культура” почали використовувати для означення всієї людської діяльності. Якщо людина мала вишукані манери, була освічена, то її вважали “культурною”, тим самим підкреслюючи відмінність між аристократами й простолюдинами. Культура стає привілеєм інтелектуальної, естетично високочутливої еліти. Носії культури становлять меншість, а споживається вона більшістю. За словами Р. Вагнера, поняття “культура” в деякого асоціюється з оперним театром, чудовою літературою чи вихованням.

Сучасні наукові визначення культури відкинули аристократичні привілеї цього поняття, значно розширивши кількість її формулювань. У книзі А.Моля “Соціодинаміка культури” уже вказувалося на існування більше ніж 250 таких тлумачень.

Американські вчені А. Кребер і К. Клехтон [21] зібрали 257 дефініцій культури, на початок 90-х років кількість дефініцій подвоїлась. Зараз, на початку другого тисячоліття, подібні підрахунки вже ніхто не робить, оскільки гострий інтерес до культури спричинив цілу лавину пропозицій її визначення. Що не автор, то власне розуміння культури. І сьогодні нові уточнення трактовок терміну з урахуванням нових умов життєдіяльності людини та суспільства продовжують з’являтися. Виведемо основні:

“Світ культури – це світ самої людини”, – пише російський учений В.М. Межуев [236]. На думку його співвічизника філософа Є.С. Маркаряна, – це “...не біологічно розроблений спосіб діяльності” [227]. В.С. Стьопін відзначає, що культура “є геном соціального життя”. Щоб виник новий тип суспільства, повинна виникнути культурна матриця. Подібно до того, як ген визначає, яким буде організм, так тип культури, підкреслює В.С. Стьопін, визначає, яким буде нове суспільство.

Інший вчений, проф. Ю.М. Давидов розглядає культуру як основу, що гармонізує відношення природи і соціуму [169]. Професор П.С. Гуревич визначає культуру як феномен, “породжений незавершеністю, відкритістю людської природи, розгортанням творчої діяльності людини, що спрямована на пошук сакрального змісту буття” [164].

“Культура є краса в усій її творчій величі. Культура – це точне знання поза забобонами і марновірствами. Культура – це твердження добра в усій його дійсності, “культ світла” вважав всесвітньо відомий художник М.К. Реріх [302].