

## ЗАВДАННЯ ІНФОРМАЦІЙНОЇ КУЛЬТУРИ ТА СУЧАСНІ МЕТОДИ ЇХ РЕАЛІЗАЦІЇ

*У статті розглянуто завдання і методи формування інформаційної культури студентів. Виділено окремі завдання, що необхідно вирішувати у рамках навчально-виховного процесу стосовно поставленої проблеми, розкрито їхній зміст та доцільність. Особлива увага у статті приділена формуванню інформаційної культури студентів-майбутніх спеціалістів торговельно-економічної галузі.*

**Ключові слова:** інформаційна культура, інформаційний світогляд, інформаційно-комунікаційні технології, критичне мислення, мережевий етикет, комунікативні здібності.

Стрімка інформатизація суспільства вимагає від системи освіти вирішення принципово нової глобальної проблеми, пов'язаної з вихованням і підготовкою людини до успішного професійного й особистого життя у нових для неї умовах інформаційного середовища.

Проблема гармонізації особистості в інформаційному дисбалансі може бути вирішена завдяки формуванню інформаційної культури. Особливу увагу слід приділити формуванню інформаційної культури у навчально-виховному процесі вищих навчальних закладів, які готують спеціалістів фінансової, торговельно-економічної, правової, педагогічної та інших сфер діяльності.

Формування інформаційної культури є комплексним завданням, що охоплює соціальний, педагогічний, психологічний, організаційний, технічний та виховний компоненти. Правильно визначені, науково обґрунтовані завдання щодо формування інформаційної культури спеціалістів окремої галузі є передумовою успішної реалізації поставленої мети.

Науковці, які працюють у векторі інформатизації світу, стверджують, що інформаційна культура є невід'ємною частиною загальної культури людства. У концептуальному плані, щодо реалізації основних ідей її досліджували С. А. Бешенкова, А. Г. Гейн, А. П. Єршов, А. Г. Кушніренко, Ю. А. Первін. Інформаційну культуру особистості вивчали Є. В. Данильчук, О. Б. Зайцева, Н. А. Тепла, А. В. Шаблова.

У терміні «інформаційна культура» дослідники вирізняють два значущих поняття: інформація і культура. Звідси випливає і два підходи до розуміння інформаційної культури та методів її формування.

Спосіб життєдіяльності особистості в інформаційному суспільстві як складова процесу формування особистості — така ідея культурологічного підходу. Культурологічна концепція спостерігається у роботах Б. М. Безсонова, Х. Лейсі, Л. М. Столович, М. С. Кагана, Л. Є. Грініна.

Ідея інформаційного підходу орієнтована на пріоритетність оволодіння сукупністю знань, умінь та навичок у взаємодії з інформацією. Прихильниками такого підходу виступають В. М. Геєць, В. Я. Заруба, М. І. Скрипченко, Н. І. Костіна, Т. В. Єременко, В. М. Порожня, В. О. Перепелиця.

Формування інформаційної культури студентів різних напрямів спеціалізації досліджували Є. І. Бідайбеков, О. Я. Романишина (для студентів технічних спеціальностей), А. М. Коломієць, А. Л. Столяревська, Н. В. Сороко, М. В. Чекунов (для майбутніх педагогів), О. П. Повідачик (для студентів-майбутніх соціальних працівників).

*Метою* статті є виокремлення завдань, що постають під час вирішення проблеми формування інформаційної культури студентів, та аналіз шляхів їх реалізації.

У широкому розумінні «інформаційна культура — це уміння людини існувати і працювати у світі інформаційних потоків та інформаційно-комунікаційних технологій, опрацьовувати інформацію та творчо її обробляти» [1].

Визначимо завдання, що необхідно вирішувати, формуючи інформаційну культуру студентів-майбутніх спеціалістів торговельно-економічної сфери діяльності:

- формування інформаційного світогляду, який проявляється у цінностях особистості в епоху інформації;
- формування інформаційного стилю мислення;
- розвиток інформаційного інтелекту та ерудиції як у площині повсякденного життя, так і в площині професійної торговельної діяльності;
- надання знань тезаурусу, системи інформаційних понять, які забезпечать загальну і спеціальну професійну підготовку особистості до життєдіяльності в інформаційному співтоваристві;
- надання умінь та навичок вільного володіння інформаційно-комунікаційною технікою, що спонукає суб'єкта до звички її використовувати у професійній торговельній діяльності;
- розвиток пізнавальних сил та творчих здібностей, необхідних для інформаційної діяльності із залученням комп'ютерних та комунікаційних технологій;

- виховання моральних якостей, необхідних для гідного існування і професійної діяльності в інформаційному суспільстві (відповідальність, доброзичливість, толерантність, повага, доброта, гідність тощо);
- формування етичних, правових норм поведінки в інформаційному просторі;
- розвиток критичного мислення та уміння знаходження шляхів подолання проблем;
- виховання мережевої комунікабельності, культурного рівня електронного спілкування;
- формування активної, позитивної життєвої позиції в інформаційному суспільстві;
- естетичне виховання.

З огляду й аналізу поставлених завдань можна зробити висновки, що проблематика формування інформаційної культури пов'язана зі свідомим педагогічним впливом на особистість. Тому методи вирішення вищезазначених завдань мають бути розроблені у рамках виховання.

Поставлені завдання доцільно згрупувати за спільними ознаками і окреслити напрями їх вирішення. Вирізнимо завдання формування інформаційного світоглядного характеру; завдання розвитку інформаційного стилю мислення; завдання виховання морально-етичної культури поведінки; завдання формування культури виробництва і споживання інформації; завдання розвитку комунікативних здібностей; завдання вільного використання інформаційно-комунікаційних технологій; завдання естетичного виховання.

Завдання формування інформаційного світоглядного характеру передбачають усвідомлення студентом знань про закони поширення інформації, її властивості і функції, роль інформації у формуванні мислення, діяльності особистості; знань про потреби особистості в інформації та механізми їх забезпечення; знань психічних особливостей сприйняття і розуміння інформації особистістю.

Найефективніше вплинути на формування інформаційного світогляду особистості можна за допомогою вербальних прямих і непрямих методів формування свідомості (бесіди, лекції, диспути, тренінги), методів організації пізнавальної діяльності з джерелами інформації (самостійна робота, метод проектів, конкурси, змагання). Інформаційний стиль мислення повинен формуватися як альтернатива популярному сьогодні технократичному стилю, що вбачає головним своїм зав-

данням навчити грамотно користуватися інформаційною та комп'ютерною технікою без зосередження уваги на розвитку особистісних здібностей та якостей суб'єкта [4].

Особливість інформаційного стилю полягає в умінні людини всебічно бачити явище, розуміти прямі і непрямі причини його виникнення, передбачати наслідки. У векторі інформаційної культури сформувати інформаційний стиль мислення означає сформувати уміння швидко адаптуватися до швидкоплинного інформаційного середовища, навчити правильно оцінювати будь-яку ситуацію і приймати правильне раціональне, морально-етичне рішення.

Вирішене попереднє завдання є основою для вирішення наступного — завдання виховання культури поведінки в інформаційному середовищі. За надмірних інформаційних потоків, дуже часто спотворених, важливо виховати у студентів уміння адекватного реагування і правильної подальшої поведінки. Психологічна рівноваженість, опанування власних емоцій — це шлях до уникнення непередуманих вчинків, зумовлених первинними імпульсами, шлях до культурної поведінки у рамках інформаційного співтовариства. Для майбутніх спеціалістів торговельної галузі, де ринкові умови іноді диктують агресивні, неправомірні, викривлені засоби поширення інформаційних потоків, емоційна витримка, вихованість й адекватна інформаційна поведінка є ключовими факторами успішної професійної діяльності.

Завдання виховання культури поведінки в інформаційному середовищі, культури споживання інформації належать до завдань морально-етичного виховання. Ще Аристотель стверджував: «Хто рухається вперед у науках, але відстає у моралі, той швидше йде назад, ніж уперед» [2]. Не втратив актуальності цей вислів і сьогодні, в інформаційну епоху розвитку людства.

Статистика свідчить, що сучасні студенти проводять у глобальній мережі понад 3-5 годин щоденно [5]. Тільки близько 10% цього часу витрачається на пізнавальну, творчу, навчальну діяльність. Анкетування у межах кооперативних технікумів підтвердило цю статистику. 90% проведеного за комп'ютером часу використовується для ігор, нескінченного безцільного спілкування, пошуку сумнівної інформації за пошуковими сайтами та її надмірне споживання. Таке інформаційне перевантаження негативно впливає на ще недостатньо сформовану свідомість, руйнує або спотворює ціннісні орієнтири, при-

зводить до інтернет-залежності, відокремлення від реального світу.

Проблемам психоемоційного стану, втраті моральних ціннісних орієнтирів, що цілком логічно з'являються в сучасних умовах дезінформації, інформаційного шуму та надлишку інформації, можна запобігти, лише долаючи внутрішній психічний інформаційний дисбаланс. Розвиток психогієни сприйняття інформації, уміння психологічного блокування інформаційного шуму, пропаганда моральних та етичних норм, незалежних від сфери їх застосування, є необхідними умовами формування інформаційної культури.

Торговельна діяльність найбільш уразлива до інформаційних агресій. Сфери бізнесу, маркетингу, реклами є рушійними силами інформатизації суспільства. Інтернет-технології у торгівлі, електронна комерція, електронний документообіг, електронні комунікації перенасичені фальсифікованими недостовірними даними, саме у цих сферах для отримання прибутків використовується маніпулятивний інформаційний вплив.

Для формування інформаційної культури студентів-майбутніх спеціалістів сфери торговельно-економічних відносин необхідно виховувати почуття відповідальності за використання, поширення і спотворення інформації, розуміння наслідків її негативного впливу. Розвиток критичного мислення під час взаємодії з інформаційними потоками — це розвиток уміння адекватно оцінювати її достовірність і повноту, розуміння необхідності перевірки інформації на вірогідність. Культура споживання і виробництва інформації передбачає розвиток критичного мислення. Доцільно і важливо пояснювати студентам види та вплив на свідомість інформаційних маніпуляцій, формувати у них потребу роботи з першоджерелами інформації. Найкращим для вирішення завдання формування культури виробництва і споживання інформації буде навчити усвідомлювати закономірності поширення інформації, а саме: за багатократного передавання відомостей ступінь їхньої достовірності зменшується; за кожним повідомленням стоїть особистісна оцінка суб'єкта-передавальника, яка може мати маніпулятивний вплив на одержувача.

Завдання розвитку комунікативних здібностей в інформаційному просторі мають свою особливість. У віртуальному просторі люди не бачать один одного, не мають можливості вербальної взаємодії. Суб'єкт оцінюється не за зовнішнім враженням, а за його умінням вести культурну електронну бесіду

або листування. На його імідж впливають навіть орфографічні помилки. Проблема набуття навичок комунікаційної електронної взаємодії здатні вирішити систематичні виховні заходи, що забезпечують активне залучення студентів. Постійна практична діяльність впродовж навчання, яка передбачає електронне листування, присутність на вебінарах та тренінгах з підвищення власної самооцінки, розвиває комунікативні здібності, виховує мережевий етикет.

Необхідно систематично і ненав'язливо знайомити студентів з кращими взірцями інформаційної продукції, розвивати почуття прекрасного, прищеплювати естетичний смак. Якщо на шкільну освіту покладається завдання загального естетичного виховання, то вищі навчальні заклади мають здійснювати естетичне виховання, ураховуючи майбутню специфіку діяльності студентів. Для майбутніх спеціалістів торговельної сфери доцільно використовувати змістовні, емоційно-позитивні взірці презентацій, реклами, сайтів, відеороликів. Сформований естетичний смак допоможе у створенні власних якісних інформаційних продуктів.

Завдання вільного використання інформаційно-комунікаційних технологій мають більш технократичний характер. Але вільне володіння широким спектром комп'ютерних програм, знання основ створення і підтримки сайтів розкриває творчі здібності студента, розширює його потенціал, підвищує самооцінку. Тому опанування навичками роботи з інформаційно-комунікаційними технологіями також входить до завдань, необхідних у вирішенні проблеми формування інформаційної культури.

У навчальних закладах, що готують молодших спеціалістів, реалізуються поставлені завдання, але не системно і локально. Потреби ж інформаційного суспільства диктують нам зовсім інший підхід до формування інформаційної культури. Він повинен відзначатися логічною структурою, комплексністю, систематичністю і неперервністю. Необхідно враховувати дифузійні якості інформаційної культури, її поширення на всі сфери життя людини.

Інформаційна культура є потребою інформаційного суспільства, її наявність обов'язкова за сучасного розвитку інформаційного світу, і тому її формування є пріоритетним завданням освітян. Особливого значення інформаційна культура набуває у вищих навчальних закладах, які готують студентів, спеціалістів окремих галузей.

Вбачаємо формування інформаційної культури студентів торговельно-економічного напрямку через вирішення виокремлених і описаних завдань. Структурована ступінчаста програма формування інформаційної культури, яка буде враховувати соціальну, професійну, вікову сторони життя, здатна сформувати інформаційно освічену, гармонійну, професійно значущу особистість.

### Література

1. Коломієць А.М. Формування інформаційної культури студентів у процесі ступеневої підготовки / А.М. Коломієць // Матеріали міжнар. наук.-пр. конф. Ч. 2. — Біла Церква. — 2012. — С. 57-61.
2. Корж Н.Г. Из скарбниці античної мудрості / Н.Г. Корж, Ф.Й. Луцька. — К., 1988.
3. Повідайчик О.С. Формування інформаційної культури майбутнього соціального працівника в процесі професійної підготовки : дис. ... канд. пед. наук : 13.00.04 / О.С. Повідайчик // Ужгородський національний ун-т. — Ужгород, 2007. — 278 с.
4. Романишина О. Інформаційна культура — складова загальної культури особистості / О. Романишина // Професійне становлення особистості: проблеми і перспективи : Збірн. наук. праць Міжн. науково-практичної конф. — Хмельницький, 2005. — С. 89-91.
5. Церковний А. Аспекти формування Інтернет-залежності / А. Церковний // Соціальна психологія. — 2011. — №5. — С. 149-154.

*В статье рассмотрены задачи и методы формирования информационной культуры студентов. Выделены отдельные задания, которые необходимо решать в рамках поставленной проблемы, раскрыты их содержание и целесообразность. Особое внимание в статье уделяется формированию информационной культуры студентов-будущих специалистов торгово-экономической отрасли.*

**Ключевые слова:** *информационная культура, информационное мировоззрение, информационно-коммуникационные технологии, критическое мышление, сетевой этикет, коммуникативные способности.*

**Yu. O. Rudenko**

### **Informational Culture Tasks and Modern Methods of Their Realization**

Sumy Cooperative Training School (27 Troitska Str., Sumy, Ukraine).

*The article deals with the issue of information culture of future specialists in the modern conditions of reform and informatization of higher education in Ukraine.*

*It considers the problems and methods of information culture formation in students. Specific tasks that must be addressed in the process are outlined, their content and appropriateness are disclosed.*

*The approaches to the formation of information culture of students are paid special attention. There are two approaches — information and cultural. Each approach has its own peculiarities and plays its own role, which are analyzed in the paper.*

*The subject is considered in the context of formation of informational culture of future professionals in the trade and economic sector.*

**Keywords:** *informational culture, informational worldview, informative-communication technologies, critical thought, network etiquette, communicative capabilities.*

### References

1. Kolomiiets, A.M. (2007). Formuvannia informatsiinoi kultury studentiv u protsesi stupenevoi pidhotovky [Formation of informational culture of students in the process of degree training] Proceedings of conference. Ch. 2: (pp. 57-61). Bila Tserkva.
2. Korzh, N.H. & Lutska, F.I. (1988). Iz skarbnitsi antychnoi mudrosti [From the treasury of antic wisdom]. Kyiv.
3. Povidaichyk, O.S. (2007). Formuvannia informatsiinoi kultury maibutnoho sotsialnoho pratsivnyka v protsesi profesiinoi pidhotovky [Formation of informational culture of the future social worker in the process of professional training]. (Candidate dissertation, Uzhhorod).
4. Romanyshyna, O. (2005). Informatsiina kultura – skladova zahalnoi kultury osobystosti [Informational culture – a component of general culture of personality]. Proceedings of the conference «Profesiine stanovlennia osobystosti: problemy i perspektyvy»: (pp. 89-91). Khmelnytskyi.
5. Tserkovnyi, A. (2011). Aspekty formuvannia Internet-zalezhnosti [Aspects of Internet-addiction formation]. Sotsialna psykholohiia, 5 (7), 149-154.