

Кадівська І. А., доктор філософських наук, професор, завідувач кафедри філософії, політології, психології і права, Одеська державна академія будівництва і архітектури (Україна, Одеса), marlinna@yandex.ru

Традиції використання можливостей позитивної психології в різних сферах життя

Обґрунтовуються перспективи використання гіпнотичного стану як природного для людини, що характеризується відчуттями внутрішнього спокою, гармонії, умиротворення. Стверджується, що гіпнотичний стан є корисним для психіки, а його дефіцит викликає різні психосоматичні порушення в організмі. Осмислюються ключові поняття позитивна психологія, щастя, стрес, цінність, гіпноз, транс, патерни мислення і розглянуто їх взаємозв'язок.

***Ключові слова:** позитивна психологія, щастя, стрес, цінність, гіпноз, транс, патерни мислення.*

* * *

УДК [316.3:1+930.1]:004.9

Кириченко М. О.,
кандидат педагогічних наук, професор кафедри державної служби і менеджменту освіти, перший проректор – проректор з науково-педагогічної та навчальної роботи, ДВНЗ «Університет менеджменту освіти» НАПН України, член-кореспондент Академії наук вищої освіти України (Україна, Київ), kmuto@i.ua

ЦИФРОВА КУЛЬТУРА ЯК РЕЗУЛЬТАТ РОЗВИТКУ КУЛЬТУРИ ІНФОРМАЦІЙНОГО СУСПІЛЬСТВА

Проаналізовано, що інформаційна культура як складова ідеології інформаційного суспільства формується в контексті культурогенезису цивілізації і представляє собою вищий щабель її розвитку. Мета наукового дослідження – концептуалізація цифрової культури як результату розвитку культури інформаційного суспільства, що сформувалася на протязі останніх десятиліть сучасної цивілізації і трансформувалася у новий вид інформаційної культури, що носить назву цифрової. Методи – синергетичний та інформаціологічний, що дав змогу прослідкувати еволюцію від інформаційної культури до цифрової. Висновки – здійснено рефлексію над дискурсом про цифрову культуру, що є результатом розвитку цивілізаційного поступу; розкрито зумовленість формоутворень цифрової культури в контексті цивілізаційного розвитку, з'ясовано поняття «цифрової культури» та виявлено основні характерологічні ознаки. Результат цифрова культура представлена як цінності цифрової технології, які не суперечать загальним гуманістичним цінностям, а означають цифрову компетентність спеціаліста, володіння технологіями оптимального орієнтування у цифровій реальності, і, перш за все, продуктивного спілкування у віртуальному просторі.

***Ключові слова:** інформаційна культура, цифрова культура, інформаційна система, цифрові цінності, мережеві ресурси, самореалізація людини, віртуальний простір.*

Інформаційна культура представляє собою сукупність ідей, поглядів, парадигм, еталонів, репродукованих країнами, які досягли значних успіхів в інформатизації суспільства. Інформаційна культура включає удосконалення особистості засобами інформатизації, використання інформаційно-комп'ютерних технологій, інформаційних матриць в усіх сферах людської життєдіяльності [1, с. 24–34]. Інформаційна культура як складова ідеології інформаційного суспільства формується в контексті культурогенезису цивілізації і представляє собою вищий щабель її розвитку, тому її можна експлікувати як соціально-історичний та онтолого-еволюційний досвід цивілізації. Інформаційна культура пов'язана з творчістю, креативністю, діяльністю в адитивності з правовими, етичними, естетичними, соціологічними, релігійними, економічними, політичними тенденціями.

Аналіз останніх досліджень і публікацій, в яких започатковано розв'язання даної проблеми, на яку спирається автор. Термін «інформаційна культура»

модульне (відображає) специфіку соціумів, держав, етносів як мультисистем інформатизації, імплікованих з розвитком економіки, що досягли значних успіхів в економічному добробуті та процвітанні нації. Інформаційну культуру слід диференціювати як мультимодальний феномен соціуму у динаміці з креативно-творчою діяльністю та активністю індивідів. Інформаційна культура як генерально-субстанційна категорія еволюційних процесів цивілізації базується на інформаційно-інтелектуальних соціовідношеннях, що формуються з врахуванням історично-еволюційних обставин [2, с. 74–79]. Термін інформаційної культури знайшов своє відображення у творах В. Андрущенка, О. Базалюка, О. Дзьобаня, В. Воронкової, О. Кивлюк, А. Лазаревича, О. Сосніна, О. Пунченко та інших.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми, котрим присвячується стаття. Проблема ситуація. Інформаційна культура є арсеналом мультифункцій та процесів упровадження макропарадигм інформатизації в усі сфери суспільства, існуючи через кореляцію з соціосистемами, соціоінститутами, індивідами. Інформаційна культура по своїй структурі архітектонічно реалізується в своїх інформаційних носіях, представлених інформатизацією, реалізується в моделях соціуму, інформаційних системах освіти та науки. Інформаційна культура репрезентується в різноманітних моделях, системах цінностей, орієнтирах, що поглиблюють ментальні виміри країни, визначається традиціями, що генерують новаційні матриці-структури інформатизації. Інформаційна культура та її матриці формуються у результаті глобального інформаційно-комунікативного простору, що помітно змінює класичні схеми взаємодії та розвитку культур. Однією з обставин є всезагальний характер змін у технологічних інноваціях виробництва, соціалізації інформації та комунікації у суспільстві. Інноваційні процеси потребують високого рівня інформаційної обізнаності індивіда, так як об'єм інформаційного вибуху зростає лавиноподібно, впливаючи на всі сторони соціального і культурного життя, враховуючи те, що людина знаходиться постійно у просторі віртуального буття [3, с. 208–217].

Мета наукового дослідження – концептуалізація цифрової культури як результату розвитку культури інформаційного суспільства, що сформувалася на протязі останніх десятиліть сучасної цивілізації і трансформувалася у новий вид інформаційної культури, що носить назву цифрової. Цілі дослідження: 1) здійснити рефлексію над дискурсом про цифрову культуру, що є результатом розвитку інформаційної культури; 2) розкрити зумовленість формоутворень цифрової культури в контексті цивілізаційного розвитку; з'ясувати поняттям «цифрової культури» та виявити основні характерологічні ознаки.

В умовах перенасичення інформації та її асиметрії відбувається стохастичний розвиток інформаційного соціуму, в результаті чого країни повинні на держаному рівні сформувати національні програми розвитку інформаційного суспільства до 2030–2050 рр., програми освіти інформаційного суспільства [4, с. 33–48]. Повинна спрацювати планетарна синергія, щоб кожна держава не втратила свою ідентичність, а сформувала свій тип (модель, парадигму) інформаційної культури, яка б визначалася соціально-економічними,

технологічними, освітянськими програмами життя та розвитку. Успіх упровадження інформаційної культури приводить до позитивних змін та соціального прогресу, що розглядається розвитком техногенної культури. Таке розуміння інформаційної культури тісно пов'язано з розвитком науки, яка формує знання про ці закони розвитку. Різновидом інформаційної культури є мережева культура, так як людина, що знаходиться в соціальній мережі, формує цінності мережевої орієнтації. Інформаційна культура XXI століття буде зростати, використовуючи значні тенденції розвитку телекомунікацій та обробки інформації, що з необхідністю вимагає формування культури інформаційного суспільства [5, с. 198–203]. Інформаційна культура відіграє важливу роль для посилення конкурентоспроможності країни та виходу її в міжнародний простір, для чого вона повинна демонструвати високі цілі розвитку «суспільство–наука–виробництво–управління». Зневажливе ставлення до науки, що спостерігається останнім часом і в Україні, є надзвичайно загрозливою проблемою, так як це може призупинити і розвиток інформаційного суспільства та найкращі його наукові розробки. Темпи і результати в інноваційному розвитку України не є задовільними. Отже, зробимо висновок. Інформаційна культура як складова ідеології інформаційного суспільства представляє собою сукупність таких цінностей, що сприяють подальшому розвитку інформаційно–комунікативних технологій, інновацій, науки, переходу країни на шостий технологічний уклад, цінностей, що протидіють інформаційному як вакууму, так і хаосу [6, с. 137–141]. Постійне удосконалення інформаційної культури визначає потребу в отриманні різнобічної інформації, яка допомагала б індивіду адаптуватися до цього виду соціуму та успішно діяти з метою його успішної соціалізації. Суспільство, у якому людина може справлятися з лавинозростаючими темпами інформації, успішно оволоділа цінностями інформаційного суспільства, може звільнити людину від рутинної праці і сприяти її креативності. Така людина володіє різноманітними потоками інформації, різноманітними інформаційними системами та інформаційними ресурсами, принципами і підходами використання технічних засобів та використовувати інформацію для своїх можливостей та зростання особистості [7, с. 105–111].

Інформаційне суспільство як результат тривалої еволюції людства сформувалося як модель високоорганізованого розвитку соціуму на принципах інформації, науки, культури, освіти, інновацій. Інформаційне суспільство – це такий тип (вид) суспільства, в якому виробництво і споживання є найважливішим ресурсом, а інформація визнається найбільш значущим ресурсом, нові інформаційні та телекомунікаційні технології є базовими технологіями, а інформаційне середовище поряд з соціальним та екологічним є новим середовищем проживання людини. *Основними ознаками інформаційного суспільства* є: 1) інформаційна економіка; 2) високий рівень інформаційних потреб всіх членів суспільства і фактичне їх задоволення; 3) висока інформаційна культура; 4) вільний доступ кожного члена суспільства до інформації, обмежений тільки інформаційною безпекою особистості, суспільних груп і всього

суспільства. Для вільної орієнтації в інформаційному просторі людина повинна володіти інформаційною культурою як однією з складових культури взагалі [8, с. 192–200]. Поняття «цифрова культура» означає культурну динаміку і визнання того, що цифрові технології стали органічною частиною життя сучасної людини. Вплив цифрових технологій на культуру обертається оцифруванням традиційної культури і розповсюдженням поряд з класичними цінностями – цифрових цінностей, що несуть з собою цінності науково–технічного технологічного прогресу, раціональності, функціональності, ефективності, мобільності, успіху і самореалізації людини у творчо–креативній праці, яка прийшла на зміну рутинній [9, с. 56]. Все це правило до створення цифрової культури для встановлення цифрового діалогу між владою та громадянами. Прикладом слугує Амстердамська громадська цифрова культура як нова форма суспільної сфери, яка поєднує місцеві інституції, організації широких мас та комп'ютерні мережі в розвитку культурного вираження та участі у житті суспільства, у результаті чого була сформована мережева спільнота міста, а його модель матеріалізувалася в структурі сайту. Місто Амстердам було першою місцевою адміністрацією, яка погодилася з'єднати свої внутрішні мережі з Інтернетом, намагаючись забезпечити контрольовану прозорість. Організовані культурні заходи, поєднані з новим середовищем як інструментам для нових форм людського спілкування та вираження, слугували вираженням традицій нової цифрової культури. М. Маклюен [10] як провідний фахівець у галузі інформаційного суспільства, акцентує увагу на взаємовідносинах між Інтернетом і соціальною організацією суспільства, бізнесом і політикою, та його вплив на культуру. Компанії, які не визначили для себе стратегії цифрової трансформації, ризикують взагалі залишитися без бізнесу. Показник успішної цифровізації бізнесу – швидкість повернення інвестицій у передові технології, яка забезпечує новий рівень конкурентоспроможності.

Рушійною силою цифрових ініціатив є робочі групи, в яких об'єднуються спеціалісти різних напрямів, зацікавлених у досягненні загальної бізнес–цілі, які стимулюють колективний пошук оптимальних. Цифровий бізнес – це перш за все нові ринкові моделі для компанії, і є всі свідчення того, що в майбутньому бізнес стане цифровим. Цифрова культура як результат розвитку інформаційного суспільства охоплює широкий спектр напрямів: від комп'ютерних ігор і мультимедійних музеїв до інтерактивного сторітеллінгу і проєктів, пов'язаних з дигіталізацією. Важливим проблемами цифрової культури є «digital reuse» (повторне використання цифрових продуктів), роль нових медіа у житті, роль технологій в організаціях, розвиток інновацій, які були б реалізовані на практиці. У самому широкому смислі слова цифрову (або дигітальну, від англ. digital – цифровий) д визначити як систему реальних і символічних феноменів, що базуються на цифровому кодуванні та його універсальної технічної реалізації, закрплених ментально і детермінуючих віртуальні форми різних видів життєдіяльності. У більш вузькому смислі слова, цифрову культуру слід визначити як систему нових цінностей, знань, компетенцій, моделей

поведінки і комунікацій, що визначають життєдіяльність індивіда у цифровому просторі. Цифровий простір, насичений іграми та інтелектуальними ресурсами, часто сприймається як нова комунікативна галактика, яка є аналогічною нового культурного простору, описаного М. Маклюеном в «Галактика Гутенберга» [10]. Галактики мови і тексту не тільки розширюються і доповнюються мережевими ресурсами, але й перетворюються в цьому середовищі, що часто називаються терміном «гіперінтелект». По суті, комп'ютерні цифрові технології розширюють і перетворюють здібності самої людини, створюючи основу для нових реалій. Користуючись новими комп'ютерними цифровими технологіями, людина створює об'єкти другої – мультимедійної природи, які легко трансформуються і управляються за допомогою комунікацій, спілкування, обміну мультимедійними продуктами [11, с. 78–88]. Цифровий простір виступає відкритим для інтенсивних змін, який стає середовищем існування нових поколінь, що дозволяє по-новому досліджувати світ, створювати принципово нові наукові інструменти. Очевидними є творчі потенції людини, які при використанні цифрових, комп'ютерних та інформаційних технологій роблять людину принципово незавершеною і відкритою для змін. Людина у цифровому просторі стрімко розширяє свої можливості інтерактивної системою, формує і відповідні параметри майбутнього. Комунікативний простір, що стрімко розширюється, збільшує не просто кількість зв'язків, комунікацій, але більшу частину предметних сфер із різних сфер знання. Неминуче починають змінюватися і світоглядні проблеми людини, що починають вимагати формування цілісної картини світу, виникають проблеми у «новій оптиці», в новому звучанні проблем чи їх психічного сприйняття [12, с. 253–268]. Користуючись комп'ютерними цифровими технологіями, людина не просто породжує новий предметний світ, як це відбувається у «другій» природі, але й створює об'єкти другої – мультимедійної природи, які гарно трансформуються. Одним словом, комп'ютерні технології, програмне забезпечення дозволяють по-новому досліджувати оточуючий нас світ, створювати принципово нові наукові інструменти ді [13, с. 148–156]. Будучи відкритою системою, трансформуючи світ, людина в аутопоетичному процесі комунікації, безмежно розширюється і змінюється сама. Це зовсім інша онтологічна реальність, в яку включається індивід, потребує розвитку своїх потенцій, необхідності створювати гармонічний світ, людина стає серйозним «партнером», а не просто активним суб'єктом дії, використовуючи динамічні навантаженням, візуальні, аудіальні, текстильні та інші збудження сутнісних сил людини. Фактично людина перетворюється в систему, яка пред'являє новий рівень складності і вимагає зміни в системі координації, чим виводить людину до більш складних задач самоуправління.

Висновки. 1. Інформаційна культура пов'язана з соціальною природою людини, вона є результатом різноманітних творчих здібностей людини. Інформаційна культура – це вміння цілеспрямовано працювати з інформацією і використовувати її для отримання, обробки і передачі інформації з метою використання комп'ютерних інформаційних технологій. Цифрова культура є результатом розвитку інформаційного

суспільства та формування його геоецінностей. 2. Цифровий простір, насичений іграми та інтелектуальними ресурсами, створеною людиною, сприймається як «нова комунікативна галактика». Культура, що визначається як друга природа для людини, набуває нового виміру, так як формується як інтерактивний віртуальний простір в умовах інформаційного суспільства як виклику цивілізації. 3. Сучасні технології дозволяють відслідковувати мережеву активність і зібрані дані аналізувати всю сукупність даних. Дігитальність мислиться як маркер культури, що включає як артефакти, так і комунікації, які характеризують певний образ життя. Дігиталізація є процес, під яким слід розуміти комп'ютеризацію та розвиток Інтернет, що неможливо одне без іншого. 4. Під цифровою культурою спеціаліста ми розуміємо цінності цифрової технологізації, які не суперечать загальним гуманістичним цінностям, а означають цифрову компетентність спеціаліста, володіння технологіями оптимального орієнтування у цифровій реальності, і, перш за все, продуктивного спілкування у віртуальному просторі.

Список використаних джерел

1. Дзьобань О. П., Соснін О. В. Інформаційна безпека: нові виміри загроз, пов'язаних із інформаційно-комунікаційною діяльністю / О. П. Дзьобань, О. В. Соснін // Гуманітарний вісник Запорізької державної інженерної академії: Збірник наукових праць / Під ред. В. Г. Воронкової. – Запоріжжя, РВВ ЗДІА, 2015. – Вип. 61. – С. 24–34.
2. Вашкевич В. М. Исторична свідомість сучасної молоді: до методології дослідження / В. М. Вашкевич // Вища освіта України. – 2005. – № 4. – С. 74–79.
3. Власенко Ф. П. Віртуальна реальність як простір соціалізації індивіда / Ф. П. Власенко // Гуманітарний вісник Запорізької державної інженерної академії: [зб. наук. пр.]. – Запоріжжя: Вид-во ЗДІА, 2014. – Вип. 56. – С. 208–217.
4. Воронкова В. Г., Кивлюк О. П., Андрюкайтене Регіна. Концептуалізація моделі ноосферного розвитку сучасного соціуму та освіти інформаційного суспільства / Кивлюк О. П., Регіна Андрюкайтене // Гуманітарний вісник Запорізької державної інженерної академії: [зб. наук. пр.]. – Запоріжжя: Вид-во ЗДІА, 2017. – Вип. 68. – С. 33–48.
5. Воронкова В. Г. Інтернет як глобальна тенденція і нова наднаціональна реальність / В. Г. Воронкова // VERSUS: Мелітополь: Вид-во нац. пед. університету ім. Богдана Хмельницького. – 2016. – № 7. – С. 20–25.
6. Кириченко М. О. Концептуалізація когнітивно-комунікативних вимірів ідеології інформаційного суспільства у гуманітарно-науковому дискурсі XXI століття: методологія дослідження / М. О. Кириченко // Гілея: науковий вісник. Збірник наукових праць / Гол. ред. В. М. Вашкевич. – К.: Вид-во «Гілея», 2016. – Вип. 116 (1). – С. 137–141.
7. Кириченко М. О. Інформаціоналізм як складова формування ідеології інформаційного суспільства / М. О. Кириченко // Гуманітарний вісник Запорізької державної інженерної академії: збірник наукових праць / За ред. В. Г. Воронкової. – Запоріжжя: РВВ ЗДІА, 2017. – Вип. 69. – С. 105–111.
8. Кивлюк О. П. Глобалізація та інформатизація освіти в предметному полі філософії освіти / Гуманітарний вісник Запорізької державної інженерної академії: [зб. наук. пр.]. – 2014. – Вип. 57. – С. 92–200.
9. Лазаревич А. А. Становление информационного общества: коммуникационно-эпистемологические и культурно-цивилизационные основания [Текст]: монография / А. А. Лазаревич; науч. ред. И. Я. Левяш. – Минск: Беларуская навука, 2015. – 537 с.
10. Маклюэн Г. М. Галактика Гутенберга: становление человека печатающего / Г. М. Маклюэн – М.: Фонд «Мир», Академический Проект, 2005. – 495 с.
11. Максименюк М. Ю. Концептуалізація розвитку інформаційного суспільства в контексті глобалізації: методологія постмодерністського дискурсу Гуманітарний вісник Запорізької державної інженерної академії: [зб. наук. пр.]. – Запоріжжя: Вид-во ЗДІА, 2017. – № 68. – С. 78–88.

12. Мельник В. В. Культура буття людини як соціокультурний феномен / В. В. Мельник // Гуманітарний вісник Запорізької державної інженерної академії. – Запоріжжя: РВВ ЗДІА, 2015. – Вип.60. – С.253–268.

13. Мельник В. В. Становлення і розвиток культурної політики в умовах глобалізації / В. В. Мельник // Гуманітарний вісник Запорізької державної інженерної академії. – Запоріжжя: РВВ ЗДІА, 2014. – Вип.58. – С.148–156.

References

1. Dz'oban' O. P., Sosnin O. V. Informacijna bezpeka: novi vymiry zagroz, pov'jazanyh iz informacijno-komunikacijnoju dijaj'nistju / O. P. Dz'oban', O. V. Sosnin // Gumanitarnyj visnyk Zaporiz'koi' derzhavnoi' inzhenernoi' akademii': Zbirnyk naukovyh prac' / Pid red. V. G. Voronkovi'. – Zaporizhzhja, RVV ZDIA, 2015. – Vyp.61. – S.24–34.

2. Vashkevych V. M. Istorychna svidomist' suchasnoi' molodi: do metodologii' doslidzhennja / V. M. Vashkevych // Vyshha osvita Ukrainy. – 2005. – №4. – S.74–79.

3. Vlasenko F. P. Virtual'na real'nist' jak prostir socializacii' indyvida / F. P. Vlasenko // Gumanitarnyj visnyk Zaporiz'koi' derzhavnoi' inzhenernoi' akademii': [zb.nauk.pr.]. – Zaporizhzhja: Vyd-vo ZDIA, 2014. – Vyp.56. – S.208–217.

4. Voronkova V. G. Kyvljuk O. P., Andrukajtene Regina. Konceptualizacija modeli noosfernogo rozvytku suchasnogo sociumu ta osvity informacijnogo suspil'stva / Kyvljuk O. P., Regina Andrukajtene // Gumanitarnyj visnyk Zaporiz'koi' derzhavnoi' inzhenernoi' akademii': [zb.nauk.pr.]. – Zaporizhzhja: Vyd-vo ZDIA, 2017. – Vyp.68. – S.33–48.

5. Voronkova V. G. Internet jak global'na tendencija i nova nadnacional'na real'nist' / V. G. Voronkova // VERSUS: Melitopol': Vyd-vo nac. ped universytetu im. Bogdana Hmel'nyc'kogo. – 2016. – №7. – S.20–25.

6. Kyrychenko M. O. Konceptualizacija kognityvno-komunikatyvnyh vymyrih ideologii' informacijnogo suspil'stva u gumanitarno-naukovomu dyskursi XXI stolittja: metodologija doslidzhennja / M. O. Kyrychenko // Gileja: naukovyj visnyk. Zbirnyk naukovyh prac' / Gol. red. V. M. Vashkevych. – K.: Vyd-vo «Gileja», 2016. – Vyp.116 (1). – S.137–141.

7. Kyrychenko M. O. Informacionalizm jak skladova formuvannja ideologii' informacijnogo suspil'stva / M. O. Kyrychenko // Gumanitarnyj visnyk Zaporiz'koi' derzhavnoi' inzhenernoi' akademii': zbirnyk naukovyh prac' / Za red. V. G. Voronkovi'. – Zaporizhzhja: RVV ZDIA, 2017. – Vyp.69. – S.105–111.

8. Kyvljuk O. P. Globalizacija ta informatyzacija osvity v predmetnomu poli filosofii' osvity / Gumanitarnyj visnyk Zaporiz'koi' derzhavnoi' inzhenernoi' akademii': [zb.nauk.pr.]. – 2014. – Vyp.57. – S. 92–200.

9. Lazarevich A. A. Stanovlenie informacionnogo obshhestva: kommunikacionno-jepistemologicheskie i kul'turno-civilizacionnyje osnovanija [Tekst]: monografija / A. A. Lazarevich; nauch. red. I. Ja evjash. – Minsk: Belaruskaja navuka, 2015. – 537 s.

10. Makljujen G. M. Galaktika Gutenberga: stanovlenie cheloveka pechatajushhego. / G. M. Makljujen – M.: Fond «Mir», Akademicheskij Proekt, 2005. – 495 s.

11. Maksymenjuk M. Ju. Konceptualizacija rozvytku informacijnogo suspil'stva v konteksti globalizacii': metodologija postmodernists'kogo dyskursu Gumanitarnyj visnyk Zaporiz'koi' derzhavnoi' inzhenernoi' akademii': [zb.nauk.pr.]. – Zaporizhzhja: Vyd-vo ZDIA, 2017. – №68. – S.78–88.

12. Mel'nyk V. V. Kul'tura buttja ljudyny jak sociokul'turnyj fenomen / V. V. Mel'nyk // Gumanitarnyj visnyk Zaporiz'koi' derzhavnoi' inzhenernoi' akademii'. – Zaporizhzhja: RVV ZDIA, 2015. – Vyp.60. – S.253–268.

13. Mel'nyk V. V. Stanovlennja i rozvytok kul'turnoi' polityky v umovah globalizacii' / V. V. Mel'nyk // Gumanitarnyj visnyk Zaporiz'koi' derzhavnoi' inzhenernoi' akademii'. – Zaporizhzhja: RVV ZDIA, 2014. – Vyp.58. – S.148–156.

Kyrychenko M. A., Doctor philosophy, Professor, State Higher Educational Institution «University of Educational Management» of the National Academy of Pedagogical Sciences of Ukraine (Ukraine, Kyiv), kmumo@i.ua

Digital culture as a result of information society culture development

This article analyzes that the information culture as a component of the information society is formed in the context of civilization cultural genesis and represents a highest level of its development. The aim of the scientific study – the

conceptualisation of digital culture because of culture development of information society had formed during the last decades of modern civilization and transformed into a new type of information culture. The informaciological and synergetic methods allowed for following evolution from information culture to the digital culture. Conclusions – carried out the reflection on the discourse about the digital culture, the results revealed that informaciological and synergetic approaches leads to information and communication as the unity of the world civilizational paradigm. The concept of «digital culture» is clarified and its main characterological features are revealed. It is analyzed that the information society is a type of society in with the most important resources are production and consumption, and information recognized as the most important resource. New information and telecommunication technologies are the basic technologies, and the information environment, along with social and environmental, is a new human environment. It is proved that ability to work with information for receiving, processing and transfer information in the context of use the computer information technology is the information culture. Digital culture is the result of the development of an information society, represented as the values of digital technologization, which do not contradict the common humanistic values. Conclusion – digital culture means the digital competence of a specialist, the possession of the technologies of orientation in digital reality, and the ability to productive communication in a virtual space.

Keywords: information culture, digital culture, information system, digital values, network resources, human self-realization, virtual space.

* * *

УДК 008:312.421

Климко І. Г.,
пошукувач, Національний педагогічний
університет ім. М. П. Драгоманова
(Україна, Київ), irina_klimko@mail.ru

ІНФОРМАЦІЙНО–КУМУНІКАТИВНИЙ ПРОСТІР ТУРИСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Комунікація як система інтерактивних взаємодій культурних практик в контексті глобалізаційних процесів сучасності стає провідним фактором здійснення інтегративного потенціалу соціокультурних ініціатив. Туризм є однією з провідних домінуючих культурних практик, що займає у всіх розвинутих країнах великий відсоток капіталовкладень, а також дає величезну суму коштів для розвитку культури в цілому. Втім, такі сфери культурної діяльності, як реклама, дизайн, інформаційна система туризму, брендинг, паблік релішнз визначаються як допоміжні, хоча це не зовсім так. В статті доводиться, що простір туристичної діяльності – це перманентна система цілісність, яка змінює свої пріоритети та орієнтована на гетерохронію, тобто на мульти-часові виміри презентація інформації та визначення комунікативного ядра турпродукту. Комунікативні та інформаційні реалії туристичної діяльності орієнтовані на пріоритети тих споживачів, які зацікавлені в контексті турподорожі. Електорат має визначені смаки, потреби, спонукає як до сегментування, селекції туристичної діяльності, так і всієї системи послуг у системи здійснення туристичної діяльності в цілому.

Ключові слова: культура, комунікація, туризм, туристична діяльність, реклама, брендинг.

Інформаційна політика – це політика перетворення суспільства натурального та символічного обміну на інформаційне суспільство з максимальним задіянням різних систем імагінації, опосередкування. Інформація квантується, стає знаковою, семантично ідентичною, тобто несе в собі символіку, архетипи культури. Інформація переутворюється на образний світ, який продукує власну інформаційну політику як культуру комунікації в специфічних умовах, де ідеальні продукти: знаки, символи, образи вартують більше, ніж матеріальні. Так, культурні практики, починаючи від реклами, радіо, телебачення, книжкової продукції, буклетів та ін. в контексті туристичної діяльності стають комунікативно-інформаційними акторами. Туристична діяльність як приваблива комунікативна системно орієнтована на глобальні імагінативні конструкції – бренди тих чи інших фірм, дестинацій, музеї, що несуть в собі величезний інформаційний простір візуальної та предметної інформації.

Трансформації інформаційного поля культури визначається специфікою циркуляції інформації на