

УДК 004:008

**МЕЛЬНИК В. В.**

кандидат філософських наук, доцент кафедри управління,  
інформаційно-аналітичної діяльності та євроінтеграції  
Національного педагогічного університету імені М. П. Драгоманова  
(Київ, Україна) E-mail: doc.v.melnik@mail.ru

## **ІНФОРМАЦІЙНО-КОМУНІАТИВНА КУЛЬТУРА ОСОБИСТОСТІ ТА ПРОБЛЕМИ ЇЇ ВІРТУАЛІЗАЦІЇ: СОЦІАЛЬНО-ФІЛОСОФСЬКІ ВИМІРИ**

*В статті представлено концептуалізацію розвитку інформаційної культури особистості в умовах сучасного суспільства; сформульовано методологічні засади інформаційної культури, що розвивається в умовах віртуально-мережевого суспільства; з'ясовано сутність і зміст інформаційної культури та проаналізовано поняттєво-категорійний апарат інформаційної культури, показано зв'язок інформаційного менеджменту з інформаційною культурою; виявлено проблеми розвитку інформаційної культури та шляхи їх вирішення. Зроблено висновок, що інформаційна культура, що розвивається в сучасних умовах потребує розробки відповідних теоретико-концептуальних підходів до цієї інноваційної проблематики, яка зачіпає багато проблем аксіологічного, гносеологічного, онтологічного вимірів.*

**Ключові слова:** інформаційна культура особистості, інформаційне суспільство, складові інформаційної культури, віртуалізація

### **Актуальність теми дослідження**

Актуальність дослідження становлення і розвитку інформаційної культури в умовах сучасного суспільства визначається наступними чинниками. По-перше, інформаційна культура представляє собою нову ідеологію і світогляд, у контексті якого формується сукупність ідей і поглядів сучасної молоді, що розвивається в нових умовах глобалізації та входження України до цивілізованих спільнот. По-друге, інформаційна культура покликана аналізувати інформаційну спрямованість економічних та соціальних інтересів та знаходити способи забезпечення їх балансу. По-третє, актуальність дослідження визначається недостатньою теоретичною розробленістю концептуальних засад інформаційної культури, визначення векторів теоретичної рефлексії змін у поступі забезпечення інформатизації суспільства, згідно з якими оцінюється рейтинг тієї чи іншої країни у контексті розвитку інформаційної парадигми цивілізаційного розвитку. По-четверте, саме за таких умов розвиток інформаційної культури XXI століття продовжує поглиблювати значення категоріальних форм культури інформаційного дискурсу, який міг би узгоджуватися з сучасними реаліями інформаційної глобалізації та виконувати допоміжну функцію у розвитку бізнесу. За таких умов регуляторами всієї системи економічних відносин виступають механізми інформатизації, здатні сприяти виявленню інформаційного потенціалу країни, який допомагає досягнути певних рівнів розвитку інформаційних стандартів та інформаційного забезпечення розвитку економіки, сприяти формуванню бізнесових засад

інформаційного суспільства. По-п'яте, актуальність теми дослідження у тому, що науковий і технологічний прогрес безпрецедентно прискорив еволюцію людства у формуванні світового інформаційно-стільникового суспільства, інформаційної цивілізації, яка сприяє розвитку інформаційного бізнесу та його інформаційних засад. По-шосте, інтелектуальний потенціал суспільства відіграє важливу функцію у розвитку інтернет-економіки, розвитку інновацій, навчання на протязі життя, партнерських зв'язків, обміну знаннями за допомогою інформаційних мереж, залучення до активного соціального життя, що є першочерговими складовими формування інформаційної культури на основі знань [1, с.122]. Вирішити ці проблеми можливо, якщо докорінним чином сформувавши теоретичне підґрунтя парадигми інформаційної культури і сформувавши у суспільстві умови для її реалізації. Розв'язання зазначеної проблематики потребує системного вирішення та розробки відповідних теоретико-концептуальних підходів до цієї надзвичайно інноваційної проблематики, яка зачіпає багато проблем аксіологічного, гносеологічного, онтологічного вимірів.

### **Аналіз останніх досліджень і публікацій, в яких започатковано розв'язання даної проблеми, на яку спираються автори**

Американський спеціаліст Ф. Махлуп ще в кінці 50-х рр. висунув ідею про появу інформаційної економіки, у якій найважливішим товаром стане інформація; на початку 60-х рр. він відмічав, що інформація у зв'язку з цим стала свого роду промисловим продуктом, а її виробництво - одним із видів промислової індустрії. Інформаційне суспільство сформувалося в середині 80-х рр. і до середині 90-х рр. XX ст. пройшло перший етап свого розвитку. Про це писав також академік В. Глушков, який запропонував концепцію безпаперової технології в організації сфери управління і її розподілу в суспільстві. Проте саме японці зуміли не тільки активно пропагувати ідею про промислове значення інформації, але й використати її в конкурентній боротьбі на світовому ринку. Й. Хентце і А. Хайнеке визначають інформаційну культуру як сукупність правил, технічних засобів і систем (систематичне планування, організацію і координацію і контроль інформаційної діяльності і процесів, а також комунікації всередині організації), які визначають інформаційну і комунікаційну структуру розвитку економіки, визначаючи при цьому цілеспрямоване використання інформації як ресурсу, що з необхідністю вимагає формування інформаційної культури, здатної оволодіти всіма процесами інформаційного менеджменту. Г. Вольфрам розглядає інформаційний менеджмент як допоміжну функцію управління в бізнесі, орієнтовану на ресурси, відносячи до його змісту задачі надання інформації і розробки інформаційних систем у сфері інформаційно-технічної інформації. Е. Фогель вводить поняття «менеджменту інформаційних ресурсів» як синонім інформаційного менеджменту та його культури, головна задача якого координація обробки інформації та її використання для розвитку бізнесу. Саме для реалізації інформаційного менеджменту потрібна нова парадигма інформаційної культури, яку слід розвивати, удосконалювати, сприяти її інституціоналізації.

**Мета наукового дослідження** – концептуалізація розвитку інформаційної культури особистості в умовах сучасного інформаційного суспільства.

**Дана мета реалізується в наступних задачах:**

- сформулювати концептуальні засади інформаційної культури особистості, що розвивається в умовах сучасного інформаційного суспільства;
- з'ясувати сутність і зміст інформаційної культури особистості;
- проаналізувати поняттєво-категорійний апарат інформаційної культури особистості, що розвивається в умовах сучасного інформаційного суспільства;
- виявити проблеми розвитку інформаційної культури особистості та шляхи їх вирішення.

**Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми, котрим присвячується стаття. Проблемна ситуація**

Поняття «інформаційна культура особистості» характеризує одну з меж культури, пов'язану з інформаційним аспектом життя людей. Роль цього аспекту в інформаційному суспільстві постійно зростає і сьогодні сукупність інформаційних потоків навколо кожної людини настільки велика, різноманітна і розгалужена, що потребує від людини знання законів інформаційного середовища і вміння орієнтуватися в інформаційних потоках. У протилежному випадку людина не зможе адаптуватися до життя у нових умовах, зокрема, до змін соціальних структур, наслідком яких є значне збільшення числа працюючих у сфері інформаційної діяльності та послуг.

**Обговорення проблеми**

Сьогодні існує багато визначень інформаційної культури особистості. У широкому сенсі під інформаційною культурою розуміють сукупність принципів і реальних механізмів, що забезпечують позитивну взаємодію етнічних і національних культур, їх поєднання у загальному досвіді людства. У вузькому сенсі інформаційна культура – це оптимальні способи дій зі знаками, даними, інформацією та надання інформації зацікавленому споживачу для вирішення теоретичних і практичних задач; механізми удосконалення технічного середовища виробництва, збереження і передачі інформації; розвиток системи навчання, підготовки людини до ефективного використання інформаційного середовища та інформації. *Під інформаційною культурою ми розуміємо інформаційну компоненту людської культури в цілому, що об'єктивно характеризує рівень всіх процесів, що здійснюються у сучасному суспільстві та інформаційних відносинах, що формуються.* Сучасна інформаційна культура увібрала в себе всі попередні форми і поєднала їх в єдиний засіб, як особливий аспект соціального та культурного життя, виступаючи у якості предмета, засобу та результату соціальної активності, відображаючи характер і рівень практичного життя людей. Це результат діяльності суб'єкта у процесі збереження, розповсюдження і споживання об'єктів культури.

З точки зору культурології, інформаційна культура особистості

характеризує культуру з точки зору акумульованої, обробленої і трансльованої у її рамках інформації. Тому інформаційну культуру слід розглядати як один із найважливіших аспектів культурної діяльності взагалі. Так як і культура, інформаційна культура нерозривно поєднана з «другою природою» (соціальною) і виступає продуктом її мисленнєвої здібності, змістовним аспектом суб'єкт-об'єктних і суб'єкт-суб'єктних відносин, зафіксованих за допомогою матеріальних носіїв. Інформаційна культура виступає ефективним фактором в освоєнні людиною культурної реальності, оволодінні всім тим багатством, яке виробило людство, і самою реальністю, цінністю, що з'явилася у результаті культурно-творчої діяльності, а також атрибутом безпосереднього культурного буття, особистісних проявів у різних способах комунікації. Інформаційна культура має системно-структурну структуру, в якій можна виділити системоутворююче ядро. Критеріями інформаційної культури людини слід вважати її вміння адекватно формулювати свої потреби в інформації, ефективно здійснювати пошук необхідної інформації у всій сукупності інформаційних ресурсів, переробляти інформацію і створювати якісно нову, вести інформаційно-пошукову діяльність, а також сприяти інформаційному спілкуванню.

Узагальнюючи ці визначення, відмітимо, що інформаційна культура особистості – це систематизована сукупність знань, умінь, навичок, направлених на задоволення інформаційних потреб, що виникли у процесі певної діяльності. Інформаційна культура суспільства і особистості повинна забезпечити можливість безперервної освіти людини і підвищення її відповідальності за рішення, що приймаються. У першому випадку інформаційна культура виступає засобом соціального захисту особистості, здатної до самостійного нарощування знань, зміни сфери діяльності, регулювання власної поведінки на основі всебічного аналізу ситуації. У другому – інформаційна культура виступає засобом захисту суспільства від непродуманих дій людини, гарантом того, що принципові рішення у будь-якій сфері – соціальній, економічній, технологічній приймаються лише після глибокого аналізу всієї інформації.

Соціально-філософський аналіз свідчить, що поняття «інформаційної культури особистості» достатньо широке і багатоаспектне. Інформаційна культура – це багатоаспектна сукупність знань, умінь, навичок, направлених на задоволення інформаційних потреб, що виникли у ході багатоманітної діяльності людини. Розглядаючи компонент інформаційної культури, необхідно відмітити, що сучасна людина повинна вміти використовувати інформаційні ресурси і орієнтуватися в інформаційному просторі, а для цього вона повинна володіти пошуковими знаннями, які відкривають широкі перспективи ефективного використання накопичених людством інформаційних ресурсів. Останні є продуктом інтелектуальної діяльності суспільства і розглядаються як стратегічний ресурс будь-якої країни, який по значущості є найважливішим від фінансового, сировинного, матеріально-технічного. Концепція інформаційної культури є ширшою, чим концепція комп'ютерної грамотності. Всі компоненти інформаційної культури особистості взаємопов'язані. На

відміну від інформаційної грамотності, інформаційна культура особистої включає такий компонент, як інформаційний світогляд, що передбачає обов'язкову мотивацію особистості на необхідність спеціальної інформаційної підготовки.

У соціокультурній діяльності під інформаційною культурою слід розуміти знання і розуміння культурних значень, символів і смислів. Нові інформаційні технології підвищують інформованість суспільства в декілька разів, радикально змінюючи об'єм і глибину знань, а разом з тим і рівень культури в цілому. Тому інформаційну культуру особистості слід розглядатися к рівень організації інформаційних процесів, задоволеність людей в інформаційному спілкуванні, міра ефективності збереження, переробки, передачі і використання інформації, що забезпечує цілісне сприйняття світу. Людина в сучасному інформаційному суспільстві одночасно виступає творцем інформації та її передавачем. Саме безперервна освіта сприяє перетворенню знань в інформацію і навпаки сприяє потребам інформатизації і може бути умовою розвитку культури інформаційного суспільства.

Формування інформаційної культури особистості є соціальним замовленням даного етапу розвитку суспільства, так як культура інформаційного суспільства визначається рівнем культури людей, а найближчим часом успішність інформатизації у тій чи іншій країні буде визначати місце і роль держави у світовій спільноті. Головною задачею ВНЗ повинно стати забезпечення висококваліфікованої підготовки кадрів з необхідним рівнем компетентності, сприяння всім верствам населення в усвідомленні спільності цінностей і належності до єдиного соціального і культурного простору. Досягнення цих задач можливо на основі подальшої фундаменталізації і підвищення якості освіти, творчої інтерпретації у вирішенні проблем, що виникають, формування нової інформаційної культури, розвиток ВНЗ як соціокультурної системи, адекватної актуальним і перспективним потребам особистості, суспільства і держави. Засобами інформаційної культури є: комп'ютерна техніка, мобільні телефони, мультимедійна технологія, що забезпечує доступ до великих об'ємів знань, до інформації. Проте матеріальна база лише забезпечує процес і створює умови для формування інформаційної культури в освітньому закладі. Сучасна інформаційна культура характеризується збільшенням кількості і кількості інформаційно-електронних взаємодій на одиницю часу (і цей показник буде зростати), здійснюючись за допомогою Інтернет та мультимедійних технологій. По мірі розповсюдження технічних засобів і технологічних програм управління обманом інформації все більше актуалізується проблема її доступності та збитковості в інформаційному суспільстві. Причому, у першому випадку на вирішення проблеми впливають фактори, що не мають відношення до характеристики інтелектуальних і культурних ресурсів людини і як такі, що залежать від простої наявності технічно опосередкованих носіїв даних та їх «швидкісних» якостей. У другому людину ставлять у залежність від власної технологічної і культурної компетентності, що допомагає вибрати з всього існуючого спектру найбільш адекватні методи її отримання та інтерпретації інформації. Віртуальна

комунікація істотно змінює темпи духовно-культурного життя суспільства, піддає певним змінам культурний світ людини. Так, наприклад, програми комп'ютерного перекладу сприяють подоланню мовного бар'єру, програми створення музикальних творів прискорюють їх появу, графічні образи надають величезні можливості для художньої творчості, комп'ютерні мультимедійні енциклопедії і словники розширюють кругозір, відкриті методи обробки і аналізу значних за об'ємом і різноманітністю змісту інформаційних масивів. *Визначним фактором організації інформаційного суспільства є імператив віртуалізації*, що трансформує всі сфери життєдіяльності. Інституціональний лад суспільства симулюється, тобто зберігає атрибутику реальності, він слугує свого роду віртуальним операціональним середовищем, у якому створюються і транслуються образи. Віртуалізуючись, суспільство не зникає, не пере визначається, комп'ютерні технології і, перш за все, технології віртуальної реальності, викликані до життя імперативом раціоналізації суспільства, виявляються найбільш ефективним інструментом його симуляції. У сучасних умовах суспільного розвитку у зв'язку зі змінами соціально-економічних умов у нашій країні, індивідуалізацією та гуманізацією вищої освіти особлива увага приділяється формуванню конкурентоспроможних спеціалістів, що володіють загальною культурою, інтелектом, новим мисленням, високою якістю розуміння інформаційних процесів.

Інформаційна культура, виступаючи інтерфейсом, узгоджує взаємодію особистості, соціуму і культури в умовах становлення інформаційно-комунікативного середовища, дозволяє не тільки ефективно задовольняти інформаційно-комунікативні потреби за рахунок використання інформаційно-комунікативних технологій, але й забезпечувати соціальним інститутам можливість реалізації своєї цільової функції у процесі відтворення соціальних практик. У зв'язку з цим ефективність соціальних трансформацій у сучасному українському суспільстві визначається відповідністю інформаційної культури рівню розвитку інформаційно-комунікативного середовища. Віртуалізація інформаційно-комунікативного середовища як заміщення реальності її симуляцією/образом за допомогою інформаційно-комунікативних технологій приводить до деперсоналізації взаємовідносин між суб'єктами у рамках віртуальних товариств з однойменним інституційним закріпленням цих відносин. В інформаційно-комунікативному середовищі відбувається процес іграїзації соціальних інститутів, тобто заміщення інституційно закріплених соціальних практик їх симуляціями. Глобалізація інформаційно-комунікативного середовища як процес розширення системи соціальних комунікацій та інтенсифікації соціальних взаємодій у масштабі людства приводить до появи транснаціональних і локальних мережевих структур, які здійснюють вплив на функціонування соціальних інститутів. Фрагментація інформаційно-комунікативного середовища як організація альтернативних соціальних структур (мережевих спільнот) з метою утвердження своєї самобутності утруднює ідентифікацію індивідів у статусно-рольовій системі соціальних інститутів, перетворюючи їх у соціальні утворення переважно неформального характеру без чіткої нормативної регламентації.

## Список використаних джерел

1. Андрущенко В. П. Організоване суспільство: проблема організації та суспільної самоорганізації в період радикальних трансформацій в Україні на рубежі століть : досвід соціально-філософського аналізу / В. П. Андрущенко. – К. : ТОВ «Атлант ЮЕмСІ», 2006. – 502 с.
2. Bazaluk Oleg. The basic postulates of the universal evolution model «Evolving matter». / *Philosophy and Cosmology*, Vol. 14. – Kyiv : ISPC, 2015. – P. 11-20.
3. Вашкевич В. М. Исторична свідомість сучасної молоді: до методології дослідження / В. М. Вашкевич // *Вища освіта України*. – 2005. – № 4. – С.74-79.
4. Воронкова В.Г. Формування інформаційної культури особистості як умова успішної адаптації людини до життя в інформаційному суспільстві [Текст ] / В. Г. Воронкова // *Гілея: науковий вісник: зб. наук. праць*. – К. : Вид-во УАН ТОВ «НВП» «ВІР», 2014. – Вип. № 86 (7). – С. 198 - 203.
5. Воронкова В. Г., Нікітенко В. О. Сучасна геокультура як соціокультурний феномен культурної глобалізації / В. О. Нікітенко // *Гілея (науковий вісник) : зб. наук.пр. - К. : Вид-во УАН ТОВ «НВП» «ВІР»*. - 2013. - Вип.72. - С.487-492.
6. Воронкова В. Г. Інтернет як глобальна тенденція розвитку інформаційного суспільства [Текст ] / В. Г. Воронкова // *Гілея : науковий вісник: зб. наук. праць*. – К.: Вид-во УАН ТОВ “НВП” “ВІР”, 2015. – Вип. № 93(2). – С. 174-179.
7. Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество, культура / М. Кастельс; [пер. с англ. О. И. Шкаратана]. – М. : ГУ ВШЭ, 2000. – 607 с.
8. Кивлюк О. Інформаційна педагогіка: філософія, теорія, практика : [монографія] / О. Кивлюк. – К. : УАН ВІР, 2011. – 336 с.
9. Мельник В. В. Формування концепції інформаційного менеджменту: сутність, задачі, основні напрями розвитку / В.В.Мельник // *Гуманітарний вісник Запорізької державної інженерної академії: збірник наукових праць*. - Запоріжжя: Вид-во ЗДІА, 2012.- Вип.49. - С. 122-134.
10. Нікітенко В. О. Проблемне поле геокультурного феномену : наукові підходи / В. О. Нікітенко // *Гілея (науковий вісник): зб. наук.пр.- К. : Вид - во УАН ТОВ «НВП» «ВІР»*. - 2013. - Вип.71. - С.500 - 504.
- 11.Пунченко О. П. Фреймы для репрезентации современного этапа цивилизационного развития [Текст ] / О. П. Пунченко // *Философия и социальные науки: Научный журнал*. – Минск : Белорусский государственный университет. – 2014. – №2. – С.26-30.
12. Савченко С. В. Теоретико-исторические основания становления информационного общества как нового типа «общества знаний» / С. В. Савченко // *Гуманітарний вісник Запорізької державної інженерної академії : [зб. наук. пр.]*. – Запоріжжя : Вид - во ЗДІА, – 2014. – Вип. 57. – С. 38 - 50.
13. Соснін О.В., Воронкова В.Г., Ажажа М.А. Філософія гуманістичного менеджменту (соціально-політичні, соціально-економічні, соціально-антропологічні виміри): Навчальний посібник / О. В. Соснін, В. Г. Воронкова, М. А. Ажажа – Запоріжжя : Дике поле, 2016. – 356 с.

## REFERENCES

1. Andrushchenko V. P. Organized society : the problem of organization and social self-organization in a period of radical transformation in Ukraine at the turn of the century: socio-philosophical analysis / V. P. Andrushchenko. – K. : TOV «Atlant ŪEmSĪ ", 2006. -502 s.
2. Bazaluk Oleg. The basic postulates of the universal evolution model «Evolving matter». / *Philosophy and Cosmology*, Vol. 14. – Kyiv : ISPC, 2015. – S. 11-20.
3. Vaškevič V. M. In the Historical consciousness of modern youth: research methodology / V.M. Vaškevič // *Higher education in Ukraine*. 2005. – Issue. No. 4. – S. 74-79.
4. Voronkova V. G. Formation of informational culture of personality as a condition of successful human adaptation to living in the information society [text] / V. Voronkova // *Gileâ:*

scientific Bulletin: GB. Sciences. works. – K.: Publishing House of SCIENCE LLC NVP ", "BELIEVE ", 2014. - Issue No. 86 (7). - S. 198-203.

5. Voronkova V. G., Nikitenko V. O. Modern geokul'tura as a sociocultural phenomenon of cultural globalization / V. Nikitenko // Gileâ (Research Bulletin): Col. Sciences. - K.: Publishing House of SCIENCE LLC NVP "" believe. " - 2013. - Issue. No. 72. - S. 487-492.

6. Voronkova V.G. The Internet as a global trend of development of the information society [text] / V. Voronkova // Gileâ: scientific Bulletin: GB. Sciences. works. – K.: Publishing House of SCIENCE "SEC", "BELIEVE", by 2015.- Issue. No. 93 (2). – S. 174-179.

7. Kastel's M. Informacionnaâ èpoha: President, obšestvo, culture / M. Kastel's; [Père. O. S. Škaratana]. – M.: GU VŠÈ, 2000. – 607 s.

8. Kivlûk O. Information Education: philosophy, theory, practice: [monograph] / O. Kivlûk. – K.: UAS BELIEVE, 2011. – 336 p.

9. Melnik V. V. Formation of the concept of information management: essence, objectives, main directions of development / V. Melnik // Humanitarian Bulletin of Zaporizhzhya State Engineering Academy: scientific papers. - Zaporozhye: publishing ZDIA, 2012. - Issue No. 49. - S. 122-134.

10. Nikitenko V.O. Problem field of the geokul'turnogo phenomenon: scientific approaches / V. Nikitenko // Gileâ (Research Bulletin): Col. Sciences. K.: Publishing House of SCIENCE LLC NVP "" believe. " -2013. - Issue No. 71. – S. 500-504.

11. Punčenko O. P. Frejmy for reprezentacii ètapa sovremennogo civilizacionnogo development [text] / O. Punčenko // Filosofiâ s social Science: Naučnyj magazine: Belorusskij old University. – 2014. – Issue. No. 2. - P. 26-30.

12. Savchenko S. V. Theoretic-istoričeskie osnovaniâ stanovleniâ informacionnogo society as a new type of "society known / S. V. Savchenko // Humanitarian Bulletin of Zaporizhzhya State Engineering Academy: [GS Sciences etc.]. – Zaporizhzhya: publishing of ZDIA is 2014. Is the. Issue No. 57 - S. 38-50.

13. Sosnin A. V., Voronkova V. G., Ažaža M. A. Philosophy of humanistic management (socio-political, socio-economic, socio-anthropological dimensions): textbook / A. Sosnin, V. Voronkova, M. Ažaža/ – Zaporizhzhya: Wild field, 2016. – 356 s.

**МЕЛЬНИК В. В.** - кандидат философских наук, доцент кафедры управления, информационно-аналитической деятельности и евроинтеграции, Национальный педагогический университет имени М. П. Драгоманова (Киев, Украина)

E-mail: doc.v.melnik@mail.ru

## **ИНФОРМАЦИОННО-КОМУНИКАТИВНАЯ КУЛЬТУРА ЛИЧНОСТИ И ПРОБЛЕМЫ ЕЕ ВИРТУАЛИЗАЦИИ: СОЦИАЛЬНО- ФИЛОСОФСКИЕ ИЗМЕРЕНИЯ**

В статье представлено концептуализацию развития информационной культуры личности в условиях современного общества; определены методологические основания информационной культуры, которая развивается в условиях виртуально-сетевое общества; определены сущность и содержание информационной культуры и проанализирован понятийно-категориальный аппарат информационной культуры, раскрыта связь информационного менеджмента с информационной культурой; выявлены проблемы развития информационной культуры и пути их решения. Сделан вывод, что информационная культура, которая развивается в современных условиях, требует разработки соответствующих теоретико-концептуальных подходов к этой инновационной проблематике, которая затрагивает много проблем аксиологического, гносеологического и онтологического измерений.



**Ключевые слова:** інформаційна культура, личности, інформаційне общество, составляющие інформаційной культуры, виртуалізація

**Melnyk, Victoria** – PhD in Philosophy, Associate Professor of Department in management information and analytical activities and European Integration, National Pedagogical Dragomanov University (Kyiv, Ukraine)

### **INFORMATION AND KOMUNIKATIVNAJA CULTURE IDENTITY AND PROBLEMS OF ITS VIRTUALIZATION: SOCIO-PHILOSOPHICAL DIMENSION**

The article presents the conceptualization of development of information culture of personality under the conditions of modern society; identified methodological bases of information culture that develops in conditions of virtual-network society; defines the essence and the content of the information culture and analysis concepts and categorical apparatus information culture, disclosed the relationship to information information management culture; problems of development of information culture and ways of their solving. It is concluded that the information culture that develops in modern conditions, requires the development of appropriate theoretical and conceptual approaches to this innovative issues that affects a lot of problems and ontological epistemological, axiological dimensions.

**Keywords:** information culture, identity, information society, components of information culture, virtualizacija

*Стаття надійшла до редколегії 11.11.16 р.*

*Рекомендовано до друку 16.11.16 р.*