

**Мікроекономіка**

Дар'я ЗАМОРЬОНОВА

**ІНФОРМАЦІЙНА КУЛЬТУРА
У ВИЩИХ НАВЧАЛЬНИХ ЗАКЛАДАХ:
КРИТЕРІЇ ТА ТИПОЛОГІЯ****Резюме**

Запропоновано визначення поняття «інформаційна культура», розглянуто критерії визначення рівня інформаційної культури. Визначено рівень інформаційної культури у вищих навчальних закладах Полтавської області, ступінь представленості кожного з типів інформаційної культури у ВНЗ загалом та конкретно по кожній з трьох категорій учасників роботи ВНЗ: персонал, викладачі та студенти. Виявлено, що для підприємств сфери послуг – ВНЗ – лідируючим є лише один тип інформаційної культури: Rule-following – дотримання правила. Охарактеризовано поняття «значення», «інформація» та «результат» кожного з типів інформаційної культури для ВНЗ.

Ключові слова

Інформаційна культура, вищі навчальні заклади, типи інформаційної культури, 4R, Result-oriented, Rule-following, Relationship-based, Risk-taking, типи інформаційної культури у ВНЗ, студенти, викладачі, персонал.

© Дар'я Заморьонова, 2015.

Заморьонова Дар'я, Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі», Україна.

Класифікація за JEL: I22, I21.

Вступ

Постановка проблеми. Новим законом сучасного світу є інформація. Інформація нині стала найбільш важливим та вирішальним фактором конкурентоспроможності будь-якого підприємства. В зв'язку з третьою інформаційною революцією – створенням всесвітньої мережі Інтернет, що зробило можливим глобальний інформаційний обмін, кількість інформації збільшилась у відповідних масштабах світу [7].

Четверта інформаційна революція як перехід від автоматизованої обробки інформації до обміну чистим знанням зробила вміння знаходити, правильно аналізувати та використовувати потрібну й актуальну інформацію безперечною вимогою до кожного кваліфікованого спеціаліста. Ці вміння формуються з дитинства, в школі, але найбільш точних рис вони набувають у вищому навчальному закладі (далі – ВНЗ). Адже на ВНЗ покладається місія створення фахівця, пристосованого до нових швидко мінливих реалій економіки – фахівця «нового світу».

З іншої точки, зору ВНЗ – це організація, що має мати кваліфікований персонал та педагогів, обізнаних з останніми досягненнями науки і техніки, можливостями мережі Internet, бути провідними у своїх спеціальностях та максимально представленими в міжнародному науковому співтоваристві.

Аналіз останніх публікацій. В Україні дослідженням теоретичних і практичних аспектів цієї проблеми займалися такі автори: Н. Апатова, О. Гуменний, Р. Конюшенко, О. Костюк, В. Литвин, О. Мацей, С. Михайловна, Т. Онищук, В. Ягупов та ін.

Вивченням явища «інформаційна культура» займалося багато вчених, але особливої актуальності це питання набуло для таких закордонних вчених, як: Chun Wei Choo, Pierrette Bergeron, Brian Detlor, Lorna Heaton, Thais Elaine Vicka, Marcelo Seido Naganoa, Silvio Popadiuk [1–8].

Зазвичай дослідження явища «інформаційна культура» має такі напрямки:

- інформаційна культура як інформаційна культура особистості, що розглядається педагогікою та психологією;

- інформаційна культура як інформаційно-бібліотечна культура, що є майже винятково питанням бібліотечної справи та бібліотековедення;
- інформаційна культура як культура та інформаційні технології, що є міжгалузевим питанням;
- інформаційна культура як складова організаційної культури.

Невирішені раніше частини проблеми. З нашої точки зору, в сучасних реаліях розвитку суспільства та техніки питання змісту «інформаційної культури» не має обмежуватися певними науками і галузями. Значного впливу всесвітньої мережі Інтернет зазнають всі сфери прояву «інформаційної культури», та «інформаційна культура» як власна одиниця сильно розширила сферу свого впливу на суспільство. Зараз основне питання, що постає перед кожною людиною, – це розуміння інформаційної культури як необхідного елемента «буття», найточніше визначення рівня інформаційної культури та способів її підвищення для особистості, фахівця, підприємства, організації, фірми та держави як єдиної суспільної системи. Все зазначене вище визначає **актуальність проведеного дослідження.**

Об'єктом емпіричного дослідження є ВНЗ Полтавської області.

Метою дослідження є аналіз інформаційної культури у вищих навчальних закладах: критерії та типологія.

З огляду на вищезазначене основними **завданнями статті** є:

- 1) визначити поняття «інформаційна культура»;
- 2) розглянути критерії для визначення рівня інформаційної культури;
- 3) визначити рівень інформаційної культури у ВНЗ Полтавської області відповідно до критеріїв;
- 4) встановлення домінуючого типу та ступеня представленості кожного з типів інформаційної культури у ВНЗ Полтавської області загалом і конкретно по кожній з трьох категорій учасників роботи ВНЗ.

Зважаючи на все вищесказане, безперечно, постає питання формування інформаційної культури не лише особистості, а й спеціаліста «нового світу».

Виклад основного матеріалу

Для проведення практичного дослідження спочатку треба визначитися з поняттям «інформаційна культура» та критеріями оцінки рівня інформаційної культури на підприємствах.

Mariam Ginman у своєму дослідженні 1988 р. визначає інформаційну культуру як культуру, в якій «перетворення інтелектуальних ресурсів відбувається поряд з перетворенням матеріальних ресурсів», що ми спостерігаємо з моменту створення мережі Інтернет, мобільного та супутникового зв'язку [2].

Chun Wei Choo розглядає інформаційну культуру як аналог організаційної культури, але з характерним акцентом на загальні припущення, цінності, норми і вчинки, які формують сприйняття, управління та використання інформації в організації [11].

В. В. Ягупов вважає, що інформаційна культура проявляється в ефективності способів отримання та забезпечення якості кінцевого продукту діяльності [8].

Отже, **інформаційна культура** – культура, що існує поряд з організаційною культурою, залежить від прогресу, фіксує уміння знаходити, аналізувати і використовувати інформацію та досвід для досягнення результату.

Визначення рівня інформаційної культури на конкретному підприємстві дає змогу прогнозувати його можливості, будувати плани на майбутнє. Тому далі буде розглянуто критерії, що пропонуються провідними фахівцями для визначення рівня інформаційної культури.

Donald A. Marchand та ін. для визначення рівня інформаційної культури організації пропонує такі критерії:

1. Інформаційна цілісність визначається як використання інформації в довірчій і принциповій манері на індивідуальному та організаційному рівнях, вона встановлює межі інформації для різних рівнів. Це означає, що є способи використання інформації, які не підходять і які санкціоновані [4, с. 121].

2. Інформаційна формальність – готовність використовувати і довіряти інституційній інформації та неофіційним джерелам [4, с. 122].

3. Інформаційний контроль – ступінь, в якому інформація про продуктивність безперервно передається керівникам і персоналу для подальшого управління та контролю за їх виконанням. Менеджери використовують інформацію для моніторингу та контролю оперативної діяльності й рішень для досягнення призначеної стратегії і підвищення ефективності бізнесу [4, с. 123].

4. Інформаційна прозорість – відкритість у звітності та подання інформації про помилки та невдачі, тим самим дозволяючи персоналу вчитися на помилках [4, с. 124].

5. Обмін інформацією – готовність надати іншим інформацію відповідним і спільним способом. Така поведінка необхідна для старших менеджерів, зокрема зосередження на внутрішньому обміні інформацією [4, с. 125].

6. Ініціативність – активна позиція та діяльність для отримання і застосування нової інформації, щоб швидко реагувати на зміни в бізнесі та просувати інноваційні продукти і послуги [4, с. 126].

Chun Wei Choo у рамках своєї концептуальної основи, використовуючи критерії інформаційної культури Donald A. Marchand та ін., провів дослідження на основі трьох організацій: юридичної фірми, громадської організації з охорони здоров'я та інжинірингової компанії. Результат дослідження показав, що ці критерії для тестування можуть лягти в основу систематичного методу визначення інформаційної культури, також було визначено, що інформаційна культура кожної організації різниться [3]. Продовжуючи своє дослідження в 2013 р., Chun Wei Choo провів типологізацію інформаційної культури, відповідно до якої є дві міри:

1. Інформаційні цінності та норми мають два напрямки:

- інформаційний контроль та цілісність;
- інформаційний обмін та ініціативність.

2. Інформаційні вчинки мають два фокуси:

- зовнішній фокус;
- внутрішній фокус.

Зазначені міри перетинаються, утворюючи чотири квадранти, що представляють чотири типи інформаційної культури – 4R:

1. Result-oriented – Орієнтована на результат.
2. Rule-following – Дотримання правила.
3. Relationship-based – Заснована на взаємовідносинах.
4. Risk-taking – Прийняття ризику [1].

Проведене дослідження, опубліковане Thais Elaine Vicka, Marcelo Seido Naganoa і Silvio Popadiuk в 2015 р. підтвердило наявність двох домінуючих мір інформаційної культури, відповідно до гіпотези Chun Wei Choo 2013 р. Результати також показали взаємозв'язок між культурою «прийняття ризику» і екстерналізацією знань, культурою «дотримання правила» і комбінацією знань, культурою, «орієнтованою на результат», та інтерналізацією

знань і культурою, «заснованою на взаємовідносинах», та соціалізацією знань [5].

Об'єктом емпіричного дослідження є підприємства сфери послуг, а саме вищі навчальні заклади, тому вбачається за необхідне розглянути критерії для визначення інформаційної культури працівників закладів освіти.

В. Ягупов та А. Гуменний у своєму дослідженні пропонують такі критерії сформованості інформаційної культури директора професійно-технічних навчальних закладів:

1. Продуктивність професійної діяльності керівника – ключовим аспектом дослідження стає проблема стійкості або, за термінологією Д. Істона, «виживання» директора ПТНЗ як у стабільному, так і в мінливому соціумі.

2. Здатність керівника визначати систему інформаційного забезпечення життєдіяльності – виявлення реальних потреб в інформації та якнайповніше їх задоволення, а також вивчення сформованості потреб, аналіз управлінської діяльності крізь призму різнотипових і різнорівневих відносин керівника, їх побудови та узгодження.

3. Реалізація партнерського спілкування із суб'єктами педагогічного процесу – в керівника з розвиненою інформаційною культурою ці відносини відповідають партнерському підходу в спілкуванні, на відміну від так званого маніпуляційного підходу.

4. Рівень розвитку професійної свідомості – стиль керівництва.

5. Відповідність стилю управління конкретній управлінській ситуації – ситуаційний стиль керівництва, в основі якого тривимірне управлінське мислення.

6. Дотримання принципів професійної етики – культура поведінки, особливості особистості керівника [8].

Розглянуті критерії інформаційної культури складають зміст інформаційних компетенцій, а саме: доступ, оцінка та використання інформації, що відповідає міжнародним стандартам [6, с. 13].

Отже, Donald A. Marchand розглядає інформаційну культуру в рамках організації будь-якого профілю роботи та всіх рівнів персоналу з точки зору організаційної культури, В. В. Ягупов та А. Д. Гуменний, у свою чергу, досліджують підприємства сфери послуг вузького профілю – професійно-технічні навчальні заклади – та лише один рівень персоналу – керівників.

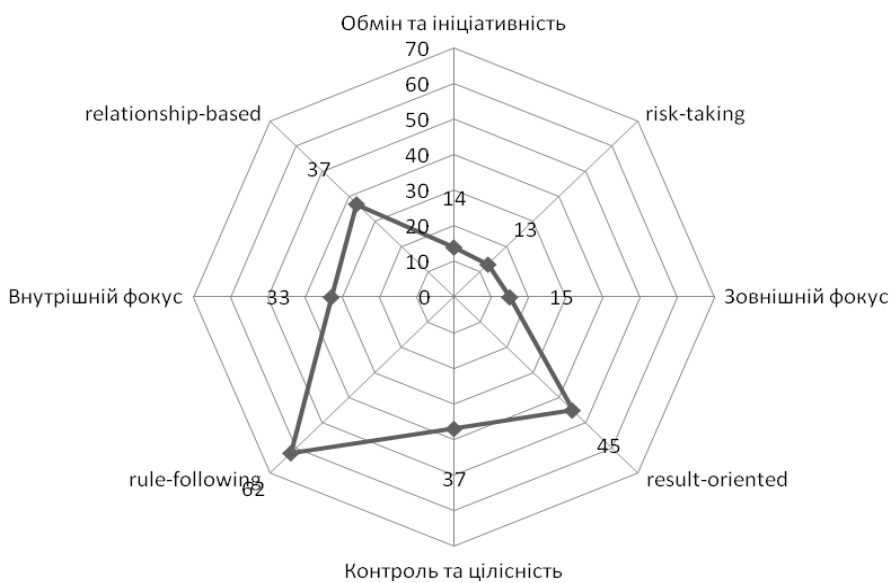
Відповідно до проведеного аналізу критеріїв визначення рівня інформаційної культури, що запропонували Donald A. Marchand та ін., і критеріїв, запропонованих В. В. Ягуповим та А. Д. Гуменним, можна зробити висновок: критерії переважно тотожні, відрізняються сферою роботи організацій та як результат формують оптимальну модель і критеріальну основу для проведення нашого дослідження.

Профіль інформаційної культури у ВНЗ Полтавської області за типологією

Для визначення інформаційної культури ВНЗ проводилося опитування серед трьох категорій людей: персонал ВНЗ, педагоги ВНЗ та студенти ВНЗ. Дослідження проводилося методом анкетування і подальшого аналізу отриманих результатів у вищих навчальних закладах Полтавської області. Питання були короткі та чіткі, що давало змогу опитуваним коректно й швидко відповісти на запитання. Профіль інформаційної культури ВНЗ за типологією представлено на рис. 1.

Рисунок 1

Профіль інформаційної культури у ВНЗ Полтавської області за типологією



Результат дослідження показав, що на підприємствах сфери послуг – ВНЗ – пріоритетним є один тип культури – rule-following – дотримання правила. Це характеризує ВНЗ як сталу, ієрархічну систему засновану на контролі, формальних правилах, продуктивності та узгодженості роботи внутрішніх процесів, – модель внутрішніх процесів. Більшість інформації у ВНЗ представляє собою правила, нормативні та звітні документи, дані, отримані від операційної діяльності, і фахівців, які консультують з технічних чи юридичних питань. Ця інформація використовується для контролю, стандартизації внутрішніх процесів та операцій, підвищення ефективності й відповідальності та характеризується високим ступенем інтеграції й передбачуваності.

Наступним за значенням для ВНЗ є тип інформаційної культури result-oriented – орієнтована на результат, що означає зовнішній фокус на ринок, конкуренцію, продуктивність шляхом досягнення мети, – модель раціональних цілей. Інформація в рамках цієї культури представляється у вигляді інформації про клієнтів, споживачів, конкурентів, ринки, ділових партнерів, урядові джерела, проводяться маркетингові дослідження, збираються зовнішні дані для оцінки власної діяльності та її ефективності. ВНЗ націлені на досягнення успіху, результати й пошук конкурентних переваг. Підтвердженням цієї позиції стають рейтинги як всеукраїнські, так і міжнародні, зокрема Топ-200 Україна, Webometrics, Scopus.

Інформаційна культура relationship-based – заснована на взаємовідносинах – проявляється у співпраці, згуртованості, участі, солідарності та прихильності створюють ефективність, «кланова» культура, модель людських відносин. Цей тип культури показує ступінь використання внутрішньої інформації, такої як інформація про колег, останні новини на кафедрах, у деканатах, досягнення учасників ВНЗ, можливості для самостійного та групового розвитку. Обмін, відкрите спілкування й активна циркуляція інформації між усіма учасниками роботи ВНЗ розвивають зв'язки, взаємодію, співробітництво, співпрацю, готовність взяти на себе ініціативу, щоб зробити свій внесок. Результатом стає збалансована система роботи ВНЗ, всі учасники розуміють цілі й політику підприємства, активно взаємодіють між собою, створюють дружню та мирну атмосферу, ознайомлені з останніми новинами всіх підрозділів.

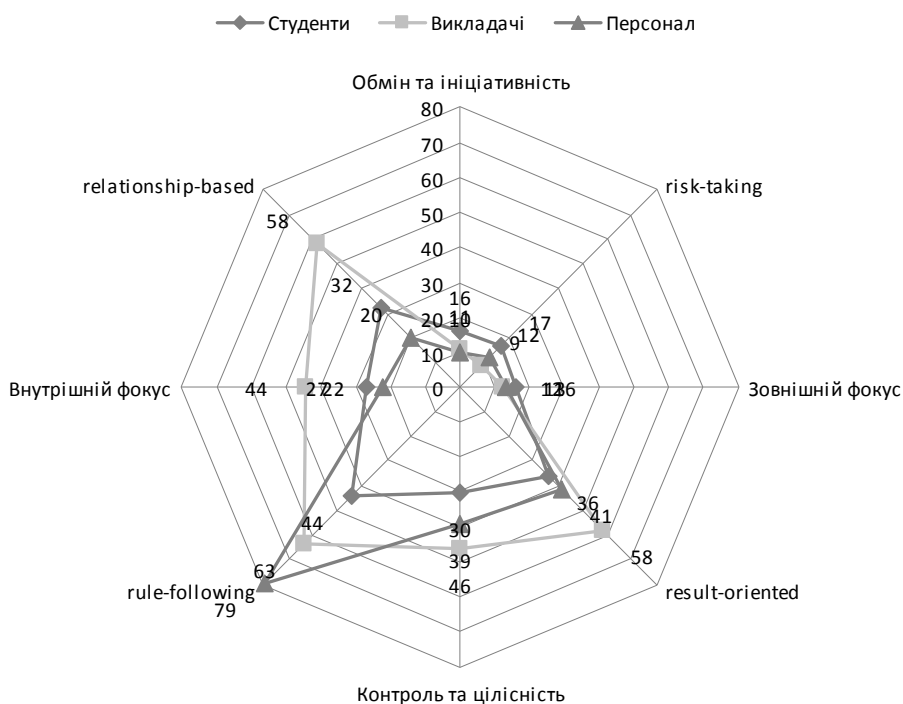
Тип інформаційної культури risk-taking – прийняття ризику – виявлений у ВНЗ у найменшій мірі. Він характеризується ризиком, творчістю, креативністю, інноваціями, адаптивністю та підприємництвом, – модель відкритих систем. Створення нових ринків, нових продуктів, нових ідей, нових можливостей, стимулювання інновацій є результатом ініціативності та сміливості. Інформація має зовнішній фокус і проявляється у вигляді ідей для нових продуктів та ринків, інформація про тенденції й зміни в навколишньому середовищі, урядові джерела, новини ринку та технічних експертів, останні досягнення науки і техніки.

Профіль інформаційної культури у ВНЗ Полтавської області за категоріями опитуваних

Далі буде детально проаналізовано та охарактеризовано результати дослідження типів інформаційної культури за категоріями учасників роботи ВНЗ. Профіль інформаційної культури у ВНЗ Полтавської області за категоріями опитуваних представлено на рис. 2.

Рисунок 2

Профіль інформаційної культури у ВНЗ Полтавської області за категоріями опитуваних



Базуючись на результатах опитування, визначено, яким чином кожен з типів інформаційної культури проявляється для кожної конкретної категорії опитуваних, оскільки опитувані мають різний статус, сферу обов'язків, ступінь відповідальності та різні можливості впливу на роботу ВНЗ.

Найбільший рівень пріоритетного для ВНЗ типу інформаційної культури «rule-following» має персонал на 79%, оскільки на нього покладається найбільша установлена документами кількість обов'язків та відповідальності за ефективну роботу ВНЗ, оперативне прийняття рішень, зміцнення політики підприємства, збалансовану роботу ВНЗ як системи. Викладачі повинні дотримуватися визначеної у ВНЗ системи на 63%, а студенти – на 44%, тому що на них покладається мінімальна кількість нормативно затверджених обов'язків, від них вимагається дотримання визначених у ВНЗ правил.

Майже в рівній мірі виявлено два типи інформаційних культур для викладачів: result-oriented – орієнтована на результат – та relationship-based – заснована на взаємовідносинах.

Тип інформаційної культури result-oriented – орієнтована на результат – найбільше виявлений у викладачів – 58%, у персоналу – 41%, у студентів – 36%. У ВНЗ створюються підрозділи, що спрямовані на підвищення конкурентоздатності підприємства, керівництво активно розвиває міжнародні зв'язки та просуває свої послуги. Викладачі працюють над власними зв'язками у своїй сфері дослідження, публікаціями, патентами, створюючи свої конкурентні переваги серед інших викладачів. Чим вищий професійний рівень викладача, його представленість у міжнародному науковому співтоваристві, тим вища його споживча вартість та цінність для ВНЗ, оскільки один викладач може значно вплинути на рейтинги та конкурентоспроможність ВНЗ. Студентам надається власний напрям досягнень у вигляді конкурсів, стажувань, грантів для створення майбутнього, звичайно досягнення студентів впливають на рейтинги ВНЗ, адже це є результатом, продуктом ВНЗ.

Інформаційна культура relationship-based – заснована на взаємовідносинах – найбільше виявлена у викладачів – 58%, проявляється в обміні інформацією, досвідом, зазвичай у рамках кафедри, студенти співпрацюють на 32%, що характеризує їх згуртованість, програми курсів вимагають від студентів командних робіт, що готує майбутніх працівників до роботи в колективі, персонал взаємодіє на 20%, кожен працівник має визначені обов'язки, які не вимагають від нього групової роботи, результатом стає певна незлагодженість роботи системи, відсутність соціальної взаємозв'язку.

Інформаційна культура risk-taking – прийняття ризику – мало виявлена у ВНЗ, студенти займають 17% та проявляють її в дослідженні нових ринків і продуктів, оскільки від них вимагається бути ризикованими та готовими до реалій нової нестабільної й швидко мінливої економіки, креативність та інноваційність є їх конкурентними перевагами на ринку після закінчення ВНЗ, зазвичай аналізом займаються самостійно, у персоналу цей тип інформаційної

культури виявлений на 12%, проявляється в аналізі потреб, тенденцій ринку споживачів та змін у навколишньому середовищі для створення максимально конкурентоздатного продукту, викладачі мають лише 9% цього напрямку, оскільки виконують нормативно визначені обов'язки, мало проявляють творчість, складно приймають інноваційні ідеї та мало їх використовують.

Висновки

Кожен тип інформаційної культури проявляється у вищих навчальних закладах в різному ступені, але присутні всі чотири. Пріоритетним є один тип інформаційної культури – rule-following – дотримання правила – займає 62%, визначаючи ВНЗ як сталу, ієрархічну систему, засновану на нормативно визначених обов'язках, положеннях, правилах. На 45% виявлена культура result-oriented – орієнтована на результат, адже ВНЗ – підприємство, що прагне бути конкурентоздатним на ринку. 37% становить культура relationship-based – заснована на взаємовідносинах, що означає нижче середнього ступінь взаємодії та співпраці, а це створює дещо незбалансовану роботу ВНЗ. Культура risk-taking – прийняття ризику – майже зовсім не представлена, лише на 13%, що показує складність впровадження нового, інноваційного, а також слабкий рівень адаптивності в нестабільних ринкових умовах.

Загалом ВНЗ можна охарактеризувати як стабільну систему, що керується правилами, достатнім рівнем націленості на результат і дещо низьким рівнем внутрішніх взаємовідносин. В умовах спокійного ринку та високого рівня передбачуваності знайомі ситуації, однакові реакції та вчинки забезпечують ВНЗ стабільну роботу, не нижче і не вище певних можливостей. Але в разі неочікуваних змін у законодавстві, на ринку, в навколишньому середовищі, спостерігається уповільнена реакція, знижена гнучкість у прийнятті рішень, проявляється недостатня взаємодія персоналу та викладачів, невикористані конкретні цілі й невикористані можливості.

Персонал ВНЗ найбільше дотримується правил, викладачі орієнтовані на зовнішній результат та внутрішню взаємодію, студенти готуються до входу на нові ринки, з новими продуктами та готові ризикувати.

Так виглядає профіль інформаційної культури сучасного вищого навчального закладу. Результати дослідження показують сильні та слабкі сторони діяльності, окреслюють необхідність впровадження певних корективів напрямку інформації, що використовується, створення технічних й управлінських можливостей її пошуку.

Основним результатом підвищення інформаційної культури працівників ВНЗ та педагогів стане підвищення якості освітніх послуг. З точки зору управління, працівники та педагоги стануть більш компетентними та кваліфі-

кованими, структура ВНЗ як організації буде більш скоординована. З точки зору економіки, підвищення попиту на випускників конкретного ВНЗ створить попит на освітні послуги зазначеного ВНЗ, що збільшить кількість вступників та подальшу популяризацію ВНЗ на міжнародній арені. Саме тому подальші дослідження будуть направлені на впровадження спеціального способу мислення для персоналу, викладачів та студентів.

Література

1. Choo C. W. Information culture and organizational effectiveness / Chun Wei Choo // *International Journal of Information Management*. – 2013. – № 5. – P. 775–779.
2. Ginman M. Information culture and business performance / Mariam Ginman // *IATUL Quarterly*. – 1988. – № 2. – P. 93–106.
3. Choo C. W. Information culture and information use: An exploratory study of three organizations / C. W. Choo, P. Bergeron, B. Detlor, L. Heaton // *Journal of the American Society for Information Science and Technology*. – 2008. – № 5. – P. 792–804.
4. Marchand D. A. Information orientation: The link to business performance / D. A. Marchand, W. J. Kettinger, J. D. Rollins. – New York : OUP Oxford, 2002. – 328 p. – (New York : Oxford University Press).
5. Vick T. E. Information culture and its influences in knowledge creation: Evidence from university teams engaged in collaborative innovation projects / T. E. Vick, M. S. Nagano, S. Popadiuk // *International Journal of Information Management*. – 2015. – № 3. – P. 292–298.
6. Лай Х. Руководство по информационной грамотности для образования на протяжении всей жизни / Хесус Лай. – М. : МОО ВПП ЮНЕСКО «Информация для всех», 2006. – 45 с. – (ИФЛА).
7. Сороколетов П. В. Мир на пороге четвертой информационной революции / Павел Валерьевич Сороколетов // *Система*. – 2004. – № 4. – С. 11–15.
8. Ягупов В. В. Критерії сформованості інформаційної культури директора ПТНЗ / В. В. Ягупов, О. Д. Гуменний // *Нові технології навчання*. – 2012. – № 75. – С. 275–280.