Г. А. Климова

Северо-Западный институт управления РАНХиГС

ТЕХНОЛОГИИ ИНФОРМАЦИОННОЙ КУЛЬТУРЫ В БИЗНЕСЕ

Сегодня есть все основания говорить о формировании новой информационной культуры, которая вполне способна стать элементом общей культуры общества. Ею станут знания об информационном пространстве, информационной сфере общества, законах ее функционирования, умение ориентироваться и адаптироваться в информационных потоках. Информационная культура является показателем профессиональной культуры, но со временем станет важным фактором развития каждой личности. Понятие «информационная культура» является составляющей общей культуры, связанной с информационным аспектом жизнедеятельности индивидуума и социума. Роль этого аспекта в информационном обществе постоянно возрастает; и сегодня совокупность информационных потоков вокруг каждого человека столь велика, разнообразна и разветвлена, что требует от него знания законов информационной среды и умения ориентироваться в информационных потоках. В противном случае индивидуум не сможет адаптироваться к жизни в новых условиях постиндустриального общества.

Ценность информации для бизнеса состоит в ее достоверности, полноте, точности, адекватности отражения ситуации и способности удовлетворить требования потребителя. Технологии информационной культуры в бизнесе – это умение грамотно и доступно продвигать свой товар или услугу.

В обстановке высокой конкуренции информационная культура играет очень важную роль. Неграмотность и элементарные ошибки, как например, вывеска с названием «Дигустация чая» или название «Донжуан» для китайского ресторана, могут навсегда отвратить Ваших потенциальных клиентов и поставить крест на Вашем бизнесе. Владение технологиями информационной культуры, то есть красивая, грамотно выстроенная реклама, правильный пиар с учетом всех особенностей культуры в данном обществе и уровней реализации информационной культуры (когнитивный, эмоционально-ценностный, поведенческий) являются залогом успеха любого бизнеса.