

А. А. Гук

ИНФОРМАЦИОННАЯ И МЕДИЙНАЯ КУЛЬТУРЫ: ГРАНИ СОПРЯЖЕНИЯ НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ

В статье речь идет о взаимодействии информационной и медийной культуры на современном этапе. Утверждается, что медийная культура является естественным продолжением информационной культуры, ее новым качественным состоянием, базирующимся на интенсивном использовании современных информационно-коммуникативных технологий. Именно они обеспечивают в настоящее время эффективность информационно-коммуникативных процессов, их массовый характер и индивидуальные запросы.

Ключевые слова: информационная культура, медийная культура, информационно-коммуникативные технологии, информационно-коммуникативные процессы, взаимодействие, традиционный текст, медиатекст.

А. А. Guk

INFORMATION AND MEDIA CULTURE: ASPECTS OF INTERFACE IN A CURRENT PERIOD

Currently we are facing a new communicative situation. New communication technologies have significantly intensified and transformed the information processes in the society. They came into contact with the old means of making and distribution of information, giving the new quality to them. The new media culture stimulated traditional information culture to new challenges. The emergence of media culture seems to be quite natural stage of preceding cultural and historical development of society. The media, mediality have gradually increased their presence in culture, strengthened their influence on socio-cultural processes. It lasted long enough, as long as it took for this effect to become dominant. Media culture acquired its true meaning at the time when the society moved forward the problem of information, its diversification and intensification. The timing overlapped it with the intensification of screen forms of culture expansion, and computerization in all spheres of modern life. The intensification of social processes required not just conventionally designated forms of information with using the printed texts (words, numbers) but very specific, unique and documentally reliable information based on abilities of the image. It is not by accident in the late 60's, early 70's, television declared itself as a means of communication, combining the informational power of words and images. The two cultures have common and distinct features. Their common is that media and information culture are aimed at rationalizing and effective work with a variety of information. Their common function is to provide the consumer with the most comfortable and extremely effective situation for succeeding his information and communication goals. It is specific that in information culture frame, problems of general principles in functioning the information, forming the universal personal information culture are being solved, while media culture frame is focusing on the relations of this information with a definite technology and its creative possibilities. In relation to the functioning of information in society, the "information culture" concept is the broadest. However, the "media culture" concept comparing the "information culture" concept can also be seen as more extensive. The fact is that media culture is not limited to information function. It is a complex multifunctional phenomenon, solving the crucial task of recreation, psychological relaxation, nurturing certain qualities of media culture consumers. In this case, information interaction, though it is the base, but not the only function of media culture. Hence, in relation to culture, the media culture concept in general is broader than the concept of information culture.

Keywords: information culture, media culture, information and communication technologies, information and communication processes, interaction, traditional text, media text.

Понятие информационной культуры появляется в 70-е годы прошлого века. В нашей стране его начинают активно употреблять библиотечные работники, специалисты информационно-вычислительных центров и т. д. Позднее их круг расширяется: к изучению информационной культуры подключаются философы, педагоги и т. д. Именно в этот период понятие информационной культуры становится все более актуальным, а интерес к феномену информации постоянно растет. Причины данной тенденции заключены, на наш взгляд, в следующем:

1. Общество стало осознавать тот факт, что оно накопило огромный массив информации (главным образом печатной) и ее количество продолжает расти. Необходимо было средство (технология), способное быстро перерабатывать эту информацию и оперативно обмениваться ею. Следствием этой потребности стало появление компьютеров и сети Интернет. По времени эти процессы совпадают. К тому же вербальные сообщения (тексты), будучи универсальным способом передачи информации, постепенно утратили свою значимость как коммуникативное средство. На первый план в коммуникативных процессах стали выдвигаться невербальные компоненты – изображение, звук и их совокупность.

2. Усложняющаяся картина мира способствовала появлению в культуре таких мощных научных направлений, как семиотика и теория коммуникации. Их центральной категорией стал текст или сообщение как информационные феномены по своей сущности. Отсюда интерес представителей этих научных направлений к изучению информационных процессов является вполне закономерным.

3. Знания только технологических возможностей новых информационных каналов было недостаточно. Нужно было осмыслить разнообразные способы функционирования информации, найти новые приемы эффективной работы с ней, то есть разработать определенные методики и формы функционирования. Этим на первых порах и занялись в основном библиотечные работники.

Культура в целом и информационная культура в частности с начала XX века постепенно обогатилась текстами иного плана, отличными от традиционных печатных. Их развитие интенсифицировало информационные потоки и заставило общество по-новому ставить задачи формирования информационной культуры общества и отдельной личности. Вектор этой культурной трансформации направлен, прежде всего, на увеличение значимости аудиовизуального элемента и, соответственно, аудиовизуальных текстов (сообщений).

В настоящее время мы имеем дело с новой коммуникативной ситуацией. Новые коммуникативные технологии существенно интенсифицировали и трансформировали информационные процессы в обществе. Они вступили во взаимодействие со старыми средствами продуцирования и распространения информации, придав им новое качество. Появившаяся медийная культура стимулировала традиционную информационную культуру к решению новых задач. К этим новым задачам относятся: оптимизация поиска и выбора информационных источников, их эффективная оценка с точки зрения целесообразности, поиск алгоритмов свертывания заложенной информации и ее развертывания, использование методических приемов продуцирования новой информации и т. д.

В сфере информационной культуры эти задачи уже поставлены и сформулированы, но механически перенести опыт их решения в медийную сферу не представляется возможным. Дело в том, что освоение медиатекстов требует уже новых знаний, умений, методик, овладение которыми предполагает формирование у личности особой медийной компетентности. Данная компетентность проистекает из особенностей информационно-коммуникативного

канала, в который погружен современный медиатекст. Именно канал (информационно-коммуникативная технология), его языковая и речевая система создают особую коммуникативную ситуацию вокруг освоения медиатекстов. И здесь также недостаточно понимания (знания) одних только технологических моментов и процессов. Важно еще освоить и понимать языковую систему, традиции речевой коммуникации медиатекстов с их потребителями.

При этом наработанный в сфере информационной культуры опыт по работе с информацией не должен игнорироваться, а, наоборот, активно использоваться в качестве методологического инструментария. Из сказанного следует, что *цель* настоящей статьи – представить различные аспекты взаимодействия информационной и медийной культур как процесса, имеющего общие и особенные признаки.

Изучению информационной культуры посвящено большое количество работ, она была в центре внимания исследователей различных научных направлений. Общая картина этих исследований представлена в трудах одного из ведущих специалистов в области информационной культуры и образования – проф. Н. И. Гендиной. Ею осуществлен ретроспективный анализ работ по информационной культуре, прослежена эволюция понятия «информационная культура», выявлены ее содержательные характеристики [3, с. 43–53].

Анализируя определения информационной культуры, представленные в справочных изданиях, Гендина Н. И. приходит к выводу о том, что единого универсального понимания этого феномена не существует и вряд ли оно будет выработано в ближайшее время. Дело в том, что информационную культуру изучают представители различных научных дисциплин, которые используют свой категориальный аппарат, свои методы исследования, часто не сопоставимые друг с другом. Кроме этого понятие «информационная культура» состоит из двух трудно определяемых терминов – «информация» и «культура», синтез которых дает не просто сумму смыслов, а совершенно новое качество. При этом Гендина Н. И. констатирует определенную близость в содержательной характеристике понятий «информационная культура» и «информационная грамотность», последнее из которых распространено на международном уровне. По ее словам, и в том, и другом определении присутствуют общие компоненты – «от умения вести поиск информации, анализировать и критически оценивать найденные источники до их творческого самостоятельного использования в целях решения многообразных задач, возникающих в учебной, профессиональной, досуговой или иной деятельности» [3, с. 53].

Необходимость решать задачи формирования информационной культуры, развития системы информационного образования подвигло школу, возглавляемую проф. Гендиной Н. И., разработать свою концепцию информационной культуры. В данной парадигме информационная культура рассматривается не вообще, а на уровне отдельного индивида, *личности*. Данный акцент на личности как первичной ячейки-носителя информационной культуры позволяет максимально адресно, точно и, главное, эффективно выстроить систему функционирования информационной культуры применительно к реально действующему человеку. Нам представляется, что такой подход является наиболее «работающим», потому что ориентирован на информационные нужды и запросы конкретного человека информационного общества. Отсюда концепцию информационной культуры проф. Н. И. Гендиной можно обозначить как *личностную*.

Согласно этой концепции информационная культура личности представляет собой «совокупность информационного мировоззрения и системы знаний и умений, обеспечивающих

целенаправленную самостоятельную деятельность по оптимальному удовлетворению индивидуальных информационных потребностей с использованием как традиционных, так и новых информационных технологий» [3, с. 58]. То есть информационная культура личности рассматривается как атрибут общей культуры человека, в которую входят: 1) его наиболее общие представления о сфере функционирования информации; 2) конкретные умения и навыки по анализу, свертыванию, оценке и т. д. информации; 3) владение инструментарием, информационно-компьютерными технологиями.

Следует заметить, что в настоящее время этот инструментарий значительно расширился и не ограничивается только информационно-компьютерными технологиями. Помимо них активно используются и другие виды информационно-коммуникативных технологий – фотографические, видео, аудиальные и т. д. При этом личность оказывается погруженной в информационно-коммуникативную среду, насыщенную разнообразными текстами, освоение которых требует от него компетенций не только в отношении традиционных печатных текстов, но и текстов нетрадиционных (медийных).

Появление медийной культуры представляется вполне закономерным этапом предшествующего культурно-исторического развития общества [8, с. 8]. Медиа, медиальность постепенно наращивали свое присутствие в культуре, усиливали свое влияние на социокультурные процессы. Это продолжалось достаточно длительное время, до тех пор, пока данное влияние не стало доминирующим. Свое истинное значение медийная культура обрела в тот момент, когда в обществе на первый план выдвинулась проблема информатизации, ее диверсификации и интенсификации. По времени это совпало с усилением экспансии экранных форм культуры, компьютеризации всех сфер современной жизни.

Интенсификация общественных процессов потребовала не конвенционально обозначаемых форм информации, которые возникали при использовании печатных текстов (слова, цифр), а предельно конкретной, уникальной и документально достоверной информации, базирующейся на возможностях *изображения*. Не случайно в конце 60-х – начале 70-х годов мощно заявило о себе телевидение как коммуникативное средство, объединившее в себе информационную мощь слова и изображения, возможности визуальных (фотография), аудиальных (радио, грампластинки и т. д.) и аудиовизуальных (кино) текстов – текстов нового типа, которые сегодня привычно называют медийными. Началась эра доминирования аудиовизуальной культуры или *новых медиа*, как их иногда обозначают (ТВ, видео, мультимедиа, Интернет).

Дальнейшим катализатором этого процесса стало развитие компьютерных технологий, которые интегрировали в себе коммуникативные возможности как традиционных печатных текстов, так и новых медийных текстов. Мультимедийные и сетевые средства компьютерных технологий сделали передачу информации необычайно разнообразной, действенной и при этом оперативной и глобальной, благодаря виртуальности своих сообщений.

Современная медийная культура представляет собой системное целое, глубоко укоренившееся в социальной среде, которое сформировало свое медийное пространство, функционирующее на основе знакового, символично-медийного обмена. Как специфическая область культуры она включает в себя «культуру передачи информации и культуру ее восприятия; может выступать и системой уровней развития личности, способной воспринимать, анализировать, оценивать тот или иной медиатекст, заниматься медиаторством, усваивать новые знания посредством медиа» [5, с. 5].

Центральным ядром всей медийной культуры является экранная или аудиовизуальная культура, которые довольно часто конкурируют между собой. Так, например, в учебном пособии по культурологии аудиовизуальная культура определяется как «область культуры, связанная с получившими широкое распространение совр. техн. способами записи и передачи изображения и звука (кино, телевидение, видео, системы мультимедиа)» [7, с. 46]. Этому определению созвучно понимание медиакультуры западными учеными, которое приводится в работе Н. Кирилловой (см. [5, с. 3]). Очевидно, что медийная и аудиовизуальная культуры нетождественны. Медийная культура является более широким понятием, включающим в себя и печатные, и аудиальные, и визуальные, и аудиовизуальные информационно-коммуникативные средства вместе с текстами, ими продуцированными и распространяемыми.

Исследовательская парадигма в медийной культуре берет свое начало в 70-х годах прошлого столетия. Ее изучали представители различных научных направлений, включая педагогов, социологов, политологов, культурологов, журналистов, искусствоведов и, конечно, философов. В последнее время именно в рамках социальной философии осмыслены различные аспекты функционирования медиакультуры, подчеркнута ее теснейшая связь с социальными процессами современного общества.

Так, например, по мнению Е. И. Кузнецовой, медийная культура как социальный феномен может трактоваться в широком и узком смысле. В широком смысле это социальная среда, активно коммуницирующая посредством символического обмена, который реализует взаимодействие между различными подсистемами общества. В узком смысле медийная культура представляет собой «механизм культурной деятельности, актуально проявляющийся в каждом когнитивном акте, посредством медиальных и символических форм реализующий внутренние образные репрезентации, воспроизводящие на сенсорном уровне объекты внешнего мира, и формирующий те взаимосвязи, в которых единичное становится элементом целостной системы, обретая форму упорядоченности в процессе духовного постижения и толкования бытия, формирующего соединительную ткань социума» [6, с. 10–11].

Как считает другой представитель социальной философии, В. А. Возчиков, изучающий медийную культуру, ее осмысление должно исходить из следующих оснований: 1) это *доминирующая* культура информационного общества, обеспечивающая формирование социокультурной картины мира с помощью различных образов, генерируемых традиционными и электронными средствами массовой информации; 2) это культура-*универсум*, которая объединила в себе народную, массовую и элитарную культуры и их разновидности; 3) это *метасообщение*, в котором отражено мировоззренческое состояние общества в различные периоды его развития; 4) это *знак действия*, сила которого может быть направлена как на манипуляцию общественным сознанием, так и на развитие человека, приобщение его к лучшим достижениям науки, культуры, творчества; 5) это специфический *способ* освоения действительности, использующий различные знаковые коды, который обеспечивает наиболее адекватное отражение реальности [2, с. 10].

Несмотря на увеличивающийся контент гуманитарных исследований, посвященных медийной культуре, единого понимания этого феномена, объединяющего инструментарию различных наук, в настоящее время не существует. То есть мы имеем дело с ситуацией, аналогичной в сфере информационной культуры. Вместе с тем для дальнейшего развития информационного общества, его функционирования и управления необходимы целенаправленные действия по формированию особого типа культуры – медийной. Основным

механизмом ее формирования и воспроизводства является, естественно, медиаобразование, которое должно способствовать выявлению и реализации творческих потенций личности, выработке аналитического отношения к явлениям и фактам действительности. То есть речь идет о формировании «человека медиакультуры», об актуализации антропологической концепции медиакультуры, обеспечивающей, прежде всего, преемственность традиций существования в культуре на уровне личности.

Мы уже рассматривали отношения медийной культуры и культуры традиционной [1; 4], но взаимосвязи информационной и медийной культур впервые стали предметом нашего исследования. Чаще всего эти культуры рассматриваются изолированно друг от друга, хотя и то, и другое являются неотъемлемыми феноменами (элементами) единого процесса становления информационного общества. Более того информационное общество начинает осознаваться социумом как некое новое состояние лишь в связи с развитием медийной культуры, ее новых информационно-коммуникативных технологий.

У этих двух культур есть общее и особенное. *Общее* состоит в том, что и медийная, и информационная культуры направлены на рационализацию и эффективную деятельность с разнообразной информацией. Это их общее предназначение – обеспечить потребителю максимально комфортную и предельно эффективную ситуацию для достижения своих информационно-коммуникативных целей. *Особенное* же заключается в том, что в рамках информационной культуры решаются задачи общих принципов функционирования информации, формирования общей информационной культуры личности, тогда как в рамках медийной культуры акцент делается на связи этой информации с определенной технологией, с ее креативными возможностями.

Оба этих понятия отражают различное семантическое содержание, одно из которых может рассматриваться как узкое или широкое. Существует точка зрения, согласно которой понятие «информационная культура» шире понятия «медийная культура». Действительно информационная культура охватывает все явления, имеющие отношения к функционированию информации, в том числе и те из них, которые выступают в качестве медийных. Кроме них сфера информационной культуры включает в себя институты, процессы и их элементы, немедийные по своей природе, например, традиционный бумажный документооборот или обычное библиотечное обслуживание. В этом смысле, то есть по отношению к функционированию информации в социуме, понятие информационной культуры является самым широким. Однако понятие «медийная культура» относительно понятия «информационная культура» также может рассматриваться как более широкое. Дело в том, что медийная культура не ограничивается только *информационным* функционированием. Это комплексное полифункциональное явление, решающее задачи рекреации, психологической разрядки, воспитания определенных качеств у потребителей медийной культуры. Информационное взаимодействие при этом, хоть и является основной, но далеко не единственной функцией медийной культуры. Поэтому по отношению к культуре вообще понятие медийной культуры оказывается шире понятия информационной культуры.

Если визуально обозначить информационную и медийную культуры как круговые сферы, то совершенно очевидно, что это не рядоположенные культуры. В то же время эти культуры не поглощают друг друга и не являются тождественными. Остается единственный вариант – информационная и медийная культуры частично пересекаются и взаимодействуют друг с другом.

Возникает вопрос: насколько обширна эта общая зона единого функционирования обеих культур? Можно предположить, что объем этой общей зоны подвижен и зависит, прежде всего, от конкретно-исторического контекста. Еще пять десятилетий назад в период бурного развития телевидения эта общность информационной и медийной культур была относительно невелика. Но по мере увеличения удельного веса медийной культуры она постоянно возрастала и продолжает возрастать в настоящее время. Данная тенденция привела к тому, что сегодня на международном уровне предпочитают говорить о медийно-информационной грамотности как важнейшем элементе культуры личности. И тот факт, что медийное в этом зонтичном термине стоит на первом месте, является неслучайным. Данная позиция отражает реальную значимость медийного в современной социокультурной жизни и роль медийной информации в коммуникативных процессах.

Выводы:

1. Медийная культура представляет собой новое качественное состояние информационной культуры, ее развитие на основе современных информационно-коммуникативных технологий.

2. Общие принципы функционирования информационной культуры и ее ядра – печатных текстов – остаются актуальными и для медиакультуры. Однако медиатексты стремятся реализовать свою информационно-коммуникативную функцию виртуальным способом посредством передачи *сигнала*, а не материального носителя.

3. На современном этапе возникает неразрывный симбиоз, в котором информационное уже не может существовать вне медийного. Медийное как технологическое средство обеспечивает ту основу, на которой базируются современные информационно-коммуникативные процессы.

4. Соотношение информационной и медийной культур подвижно и зависит от динамики социокультурных процессов, происходящих в данный исторический период.

Литература

1. Веселовская Е. В. Медиаресурсы как инструменты межкультурного взаимодействия // Традиционная культура и фольклорное наследие Сибири: мат-лы Межрегион. науч.-практ. конф. (Кемерово, 17–18 мая 2012). – Кемерово: КемГУКИ, 2012. – С. 11–16.
2. Возчиков В. А. Философия образования и медиакультура информационного общества: автореф. дис. ... д-ра филос. наук: 09.00.11 – социальная философия. – СПб., 2007.
3. Гендина Н. И., Колкова Н. И., Стародубова Г. А., Уленко Ю. В. Формирование информационной культуры личности: теоретическое обоснование и моделирование содержания учебной дисциплины. – М.: Межрегиональный центр библиотечного сотрудничества, 2006. – 512 с.
4. Гук А. А. Традиционная и медийная культуры: аспекты взаимодействия // Традиционная культура и фольклорное наследие Сибири: мат-лы Межрегион. науч.-практ. конф. (Кемерово, 17–18 мая 2012). – Кемерово: КемГУКИ, 2012. – С. 6–11.
5. Кириллова Н. Б. От медиакультуры к медиалогии [Электронный ресурс] // Культурологический журнал, 2011/4(6). – Режим доступа: http://www.cr-journal.ru/rus/journals/98.html&j_id=8
6. Кузнецова Е. И. Медиальность и медиакультура как факторы динамики социальной среды: автореф. дис. ... д-ра филос. наук: 09.00.11 – социальная философия. – Нижний Новгород, 2010.
7. Культурология XX век. Энциклопедия [Электронный ресурс]. – СПб.: Унив. кн., 1998. – Режим доступа: <http://yanko.lib.ru/books/encycl/cultXXall1&2volumes.htm>
8. Кумелашвили Н. У. История медиакультуры: самоопределение от древности до Нового времени // Культура и цивилизация. – 2011. – № 1.

Literatura

1. Veselovskaja E. V. Mediaresursy kak instrumenty mezhkul'turnogo vzaimodejstvija // Tradicionnaja kul'tura i fol'klornoe nasledie Sibiri: mat-ly Mezhhregional. nauch.-prakt. konf. (Kemerovo, 17–18 maja 2012). – Kemerovo: KemGUKI, 2012. – S. 11–16.
2. Vozchikov V. A. Filosofija obrazovanija i mediakul'tura informacionnogo obshhestva: avtoref. dis. ... d-ra filos. nauk: 09.00.11 – social'naja filosofija. – SPb., 2007.
3. Gendina N. I., Kolkova N. I., Starodubova G. A., Ulenko Ju. V. Formirovanie informacionnoj kul'tury lichnosti: teoreticheskoe obosnovanie i modelirovanie sodержanija uchebnoj discipliny. – M.: Mezhhregional'nyj centr bibliotechnogo sotrudnichestva, 2006. – 512 s.
4. Guk A. A. Tradicionnaja i medijnaja kul'tury: aspekty vzaimodejstvija // Tradicionnaja kul'tura i fol'klornoe nasledie Sibiri: mat-ly Mezhhregional. nauch.-prakt. konf. (Kemerovo, 17–18 maja 2012). – Kemerovo: KemGUKI, 2012. – S. 6–11.
5. Kirillova N. B. Ot mediakul'tury k medialogii [Elektronnyj resurs] // Kul'turologicheskij zhurnal, 2011/4(6). – Rezhim dostupa: http://www.cr-journal.ru/rus/journals/98.html&j_id=8
6. Kuznecova E. I. Medial'nost' i mediakul'tura kak faktory dinamiki social'noj sredy: avtoref. dis. ... d-ra filos. nauk: 09.00.11 – social'naja filosofija. – Nizhnij Novgorod, 2010.
7. Kul'turologija XX vek. Jenciklopedija [Elektronnyj resurs]. – SPB.: Univ. kn., 1998. – Rezhim dostupa: <http://yanko.lib.ru/books/encycl/cultXXall1&2volumes.htm>
8. Kumelashvili N. U. Istorija mediakul'tury: samoopredelenie ot drevnosti do Novogo vremeni // Kul'tura i civilizacija. – 2011. – № 1.