



Роль информационного пространства в формировании культуры молодого поколения

А.В. Малышев

кандидат экономических наук

В статье исследуется значимость роли информационного пространства в процессе формирования культуры молодых людей, анализируются структура и проблемное поле информационного пространства.

АННОТАЦИЯ УДК 159.923.33

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА
личность,
культура,
структура, пол,
информация,
формирование

В современную эпоху с ее глобализационными процессами, размытыми культурными границами, общепланетарным кризисом идентичности личности принято рассматривать человеческое мировоззрение как раздробленную систему. Эта раздробленность характеризуется множественностью вариаций на тему смысла окружающего мира и существования человечества, представлений о культуре и роли информационного пространства в ее развитии. Образ жизни большей части населения, социально-психологическая модель поведения людей и общества в целом кардинально изменяются.

В сложившихся современных условиях особую актуальность приобретает роль информационного пространства в формировании культуры личности, прежде всего среди молодого поколения. Очевидным становится и то, что изменение отношения к информации и расширение возможностей ее получения связано с утвердившейся повседневной практикой использования различных мобильных устройств, что коррелируется со значимостью человеческого потенциала и его интеллектуального развития на разных направлениях социоэкономической деятельности.

Наше время называют «веком информации». Практически каждый день количество информационных потоков увеличивается, расширяется их содержание, модифицируются формы репрезентации информации, что в итоге и формирует информационное пространство. Под информационным пространством понимается некое пространство (территория — страна, регион, центр научно-технической информации, библиотека, отрасль

¹ Диомидова Г.Н. Библиографоведение: учебник для средних профессиональных учебных заведений. — СПб.: Профессия, 2002. С. 259.

знания, область науки или профессиональной деятельности), где «циркулирует самая разнообразная информация»¹.

Главной целью создания информационного пространства является обеспечение доступа пользователя к необходимой ему информации и знаниям. Ориентироваться в информационном пространстве, отслеживать нравственный и культурный контекст информации чрезвычайно сложно, ибо оно, как правило, предлагает собственную картину мира, представляя собой одновременно и сферу теоретических знаний, и единство эмпирических представлений об окружающей жизни. Вместе с тем, видение мира, предлагаемое СМИ (средствами массовой информации), подвижно и изменчиво, многоаспектно и многокомпонентно, как и сама жизнь.

Информационное пространство, однако, содержит не только устойчивые, общие принципы теории для онтологизации представлений отдельного индивида и человечества в целом о насущном мире, но и предлагает новые системы понимания реальности, создавая при этом оригинальные модели сравнения представлений о мироздании, образов картины мира с объективной реальностью, предъявляя с каждым разом и различные способы ее систематизации, но оно не создает саму реальность. Информационное пространство не продуцирует и новые социокультурные процессы как некие причинно-обусловленные проявления связи некоторых объектов в пространстве и времени социума².

Говоря о своеобразии законов информационного пространства, следует помнить о том, что создаваемая им картина мира более конкретизирована, нежели та, что является общепринятой в научном понимании. Она соединяет и накапливает сравниваемые с реальностью образы, но не в виде неких формул и схем, а в виде вполне конкретных представлений о способах и средствах общения с природой и социумом. Вместе с тем информационное пространство обладает своей спецификой деятельности, которую можно обозначить как отражательную, заключающуюся в том, что любое представление о реальности становится очевидным лишь в присутствии человека, выполняющего ключевую функцию в онтологизации³.

Средства массовой коммуникации (СМК), как и информационное пространство, являющиеся его структурными элементами, предстают как технические средства (интернет, телевидение, кинематограф, радио, печать), с помощью которых реализуется трансляция информации (моральных и правовых норм, знаний, духовных ценностей и т. п.) и ее распространение на чрезвычайно широкие аудитории. В последнее время

² Куржиямский М.Ю. Средства массовой информации в системе массовой культуры / М.Ю. Куржиямский // Автореф. канд. философ. наук, 2000.

³ Тимербулатов З. Информационное пространство и социализация личности / З. Тимербулатов. Электрон. текст дан. —2006//URL.: <http://www.vatandash.ru/0705/172.htm> (Дата обращения: 14.04.2013).

интернет стал важным и, зачастую, определяющим фактором складывающегося информационного пространства, осуществив свободный доступ к современным коммуникационным и информационным технологиям, что способствовало созданию новой медиакультуры и растущей по своему потенциалу информационной индустрии.

Развитие средств коммуникации происходило постепенно. На протяжении долгой истории своего развития человечество владело лишь четырьмя видами коммуникации — устной речью и письменностью, музыкой, живописью. Впоследствии, ускоряясь, происходят процессы увеличения и разветвления средств коммуникации. В XV веке возникает книгопечатание, в XVII столетии появляются газеты и журналы, в XIX веке происходит технологический прорыв, наступает новая эпоха: изобретение радио, телефона, кино, грамзаписи, фотографии. В XX веке скорость технического прогресса еще более увеличивается — глобально охватывает мир магнитопись, видео, факсимильная связь, телевидение, оперативная полиграфия (ксерокс и т. д.), космическая связь, компьютерные системы. В этой связи XXI век можно смело называть веком информационного пространства в силу его постоянного расширения, охватывающего все аспекты жизни человечества.

Известный французский физик, философ, психолог и культуролог А. Моль представляет структуру информационного пространства как некую систему с определенным количеством составляющих элементов. В нее входят:

- информационно-телекоммуникационная структура;
- территориально распределенные государственные и частно-корпоративные компьютерные и телекоммуникационные сети;
- системы общего пользования и специального назначения;
- средства коммутации и управления информационными потоками, сети и каналы передачи данных;
- интегрированные информационные — компьютерные и телекоммуникационные технологии;
- базовые и прикладные обеспечивающие системы и средства их реализации;
- научно-производственный потенциал в областях телекоммуникаций, информатики, вычислительной техники, распространения и доступа к информации и связи;
- организационные системы, продуцирующие кадры для обеспечения, функционирования и развития национальной информационной инфраструктуры;

— информационные ресурсы — все виды архивов, система депозитариев, библиотеки, музейные собрания, базы и банки данных и пр.;

— СМИ, включая определенные свойства СМИ, например, тиражируемость, периодичность, использование постоянно пополняемых информационных ресурсов, массовость, применение современных информационных технологий и средств телекоммуникаций. Выполнение СМИ функций создания первичной информации накладывает на них огромную ответственность в процессе формирования и развития культуры личности в общем, а подростков в частности;

— рынок средств связи, информатизации и телекоммуникаций, информационных продуктов и услуг, информационных технологий;

— структура и сеть коммуникации информационного пространства страны с открытыми сетями мирового сообщества;

— система информационного законодательного обеспечения и система информационной защиты⁴.

⁴ Моль А. Социодинамика культуры: пер. с фр. / А. Моль Изд. 3-е. — М.: Издательство ЛКИ, 2008. — 416 с.

Поскольку признанным фактом является то, что Россия входит в мировое информационное сообщество, Л.Г. Свитич выделяет характерные черты и признаки информационного общества:

- во-первых, это, бесспорно, наличие процесса формирования единого коммуникационно-информационного пространства России как части мирового информационного пространства, а также полноправное взаимодействие России в процессе информационной и экономической интеграции регионов, стран и народов с мировым информационным сообществом;

- во-вторых, возникновение, и в дальнейшем — главенствующая роль новых технологических укладов, базирующихся на массовом использовании перспективных информационных технологий, средств вычислительной техники и телекоммуникаций в экономике;

- в-третьих, становление и дальнейшая эволюция развития рынка информации как определяющего, системообразующего фактора производства, в дополнение к рынкам труда и капитала и природных ресурсов, а также фактическое удовлетворение потребностей общества в информационных продуктах и услугах путем превращения информационных ресурсов социума в практически применимые ресурсы социально-экономического развития;

- в-четвертых, увеличение значимости информационно-коммуникационной инфраструктуры в системе воспроизводства общественных ресурсов;

- в-пятых, рост научно-технического и культурного развития, уровня образования за счет увеличения функций систем информационного обмена на региональном, национальном и международном уровнях и, как следствие, повышение роли профессионализма и способности к творчеству, стремление к квалификации как важнейших составляющих услуг труда;
- в-шестых, формирование эффективно действующей системы гарантии прав социальных институтов и граждан на открытое получение, использование и распространение информации как определяющего условия демократических устоев социума⁵.

⁵ Свитич Л.Г. Феномен журнализма / Л.Г. Свитич. — М., 2000.

Можно сделать обобщающий вывод о том, что информационное пространство является базисом политического, социально-экономического и культурного развития России. Действенность информационного пространства при интенсификации процессов развития культуры общества в целом и культуры личности, в частности, напрямую зависит от степени ее доступности в деле реализации согласованных интересов граждан, общества и государства, в развитии культуры каждого члена социума и открытости для общества. Таким образом, для продуктивного функционирования информационного пространства как явления, имеющего социокультурный аспект, необходима и стратегическая концепция государственной информационной политики, реализующая поэтапное и управляемое движение к формированию информационного общества, способного содействовать процессу развития культуры личности.

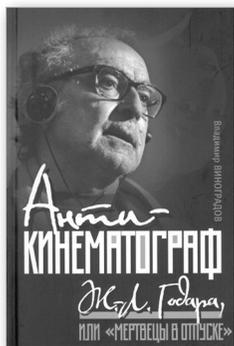
Итак, построение информационного пространства, с государственной точки зрения, необходимо рассматривать как основу политического, социально-экономического и культурного развития страны и личности, что требует создания и реализации определенной информационной политики, согласованной с военной, социальной, экономической, культурной и «другими базовыми государственными стратегиями»⁶. ■

⁶ Куржиямский М.Ю. Средства массовой информации в системе массовой культуры / М.Ю. Куржиямский // Автореф. канд. философ. наук, 2000.

ЛИТЕРАТУРА:

1. Диомидова Г.Н. Библиографоведение: учебник для средних профессиональных учебных заведений. — СПб.: Профессия, 2002. — 259 с.
2. Куржиямский М.Ю. Средства массовой информации в системе массовой культуры / М.Ю. Куржиямский // Автореф. канд. философ. наук, 2000.
3. Моль А. Социодинамика культуры: пер. с фр. /А. Моль Изд. 3-е. — М.: Издательство ЛКИ, 2008. — 416 с.
4. Свитич Л.Г. Феномен журнализма / Л.Г. Свитич. — М., 2000.
5. Тимербулатов З. Информационное пространство и социализация личности / З. Тимербулатов. Электрон., текст, дан. — 2006//URL.: <http://www.vatandash.ru/0705/172.htm>.

[библиотека ВГИК]



Виноградов В.В.
Антикинематограф Ж.-Л. Годара, или «Мертвецы в отпуске». — М.: «Канон+» РООИ «Реабилитация», 2013. Монография посвящена кинематографу

Ж.-Л. Годара, режиссера, с именем которого связаны интереснейшие и важнейшие страницы истории французского кинематографа. Основная цель, преследуемая автором в этой работе, заключалась в попытке проследить изменения в творческой методологии Годара и обозначить основной проблемный диапазон его фильмов.



Иоскевич Я.
100 лет аудиовизуальной культуры Франции. Ч. II. Кино, телевидение, видео (видеоарт), начало сетевого творчества (1939–1995). —

СПб.: Российский институт истории искусств, 2011.

В этой части монографии содержится характеристика кинокультуры Франции 1940–1990-х годов; также рассматривается возникновение и эволю-

ция таких феноменов национальной АВ-культуры, как телевидение, видеоарт, сетевые проекты. Особое место отведено творчеству Ж.-Л. Годара как наиболее репрезентативного практика и аналитика АВ-культуры рубежа нового тысячелетия.



Кино США на рубеже веков. — М.: «Канон+» РООИ «Реабилитация», 2012. Кинематограф США, и по сей день диктующий свои условия на мировом кино-

рынке, неизбежно приковывает к себе внимание. С чем он вступил в XXI век? На какие темы и каким языком говорит он со зрителем? Как реагирует на политические события? Почему возродился интерес к историческим фильмам, мюзиклам, полнометражной анимации? Всегда ли будут успешными картины, использующие новые технологии, с помощью которых на экране можно сконструировать почти все, и что действительно нового может предложить 3D-изображение, ошеломляющее феерическими спецэффектами?

Авторы попытались осветить эти и другие вопросы, рассказать о фильмах и исполнителях, которые более всего определили лицо кинематографа США на рубеже веков.