

Социокультурная природа мультимедиа

Рождение нового типа коммуникаций – электронного – выдвигает на повестку дня вопросы как его изучения, так и регулирования культурных процессов в виртуальном пространстве (в том числе организационного, правового, нравственно-этического, социокультурного), взаимодействия культурных процессов и технических и информационно-коммуникационных инноваций, сохранения и передачи культурного наследия в электронном виде и др., что, несомненно, предполагает осмысление мультимедиа с позиции культурологии.

Решение противоречия между бесконечно расширяющимся полем культуры и нахождением технологии ее компактной систематизированной подачи населению требует осмысления места мультимедиа в современной культуре, а также анализа данного феномена как явления массовой культуры, каким он является на начальном этапе своего развития.

Дальнейшее развитие мультимедиа расширит представление о мультимедиа на основе изучения специфики его базисных оснований по сохранению культуры, обновлению культуры, (в том числе институтов обновления знания и инновационного воздействия на «код» культуры), а также трансляции культурных ценностей и социального опыта.

Не только и не столько техническая составляющая (накопители информации, средства разработки, программы и т.д., проявляющие себя в качестве технического достижения и, прежде всего, феномена культуры, звена, необходимого для его эволюции) определяет сущность мультимедиа, но и вид деятельности, в который вовлекаются субъекты мультимедиа. Область деятельности, в котором функционирует мультимедиа, задает ее характеристики и оказывает обратное воздействие на человека, его социальный опыт.

Исторической спецификой современной новой электронно-коммуникационной системы знаковости, является то, что в отличие от прежних форм и стадий культурного развития человечества нынешняя «культура реальной виртуальности» (по Кастельсу) характеризуется глобальными масштабами своего распространения и воздействием на все сферы общественной жизни и человеческого бытия в целом. Но, выступая новым средством электронной коммуникации, которое характеризуется глобальными масштабами (отсутствие территориальных и географических границ, свобода выражения и т.д.), мультимедиа, с одной стороны, отличается интегрированием в себе всех предшествующих и существующих форм социокультурных коммуникаций, а, с другой, – интерактивностью, которая необратимо меняет нашу культуру, формы общения и восприятия. Перемещаемое в мультимедийную форму информационное содержание не остается простым эквивалентом исходного содержания, оно рождает *эффект добавленного содержания от формы*, от мультимедийности. Чрезвычайно важным следствием этих качественно новых способов представления информации, характерных для мультимедиа, является то, что в информационной среде происходит «сращивание» логического и образного, синтез понятийного и наглядного, формирование «интеллектуальной образности и чувственного моделирования». Этот эффект возникает как следствие своеобразной миграции контента между отдельными медиа-средами, компонентами мультимедиа, что позволяет говорить ряду специалистов о так называемом эффекте «расширенной культуры». Этот эффект пока недостаточно исследован, поэтому не исключено, что мультимедиа окажет воздействие на развитие парадигмальных связей информации, культуры и образования в целом.

Мультимедиа, будучи формой творчества (не только художественного) стимулирует роль научного знания как источника нововведений и инновационных решений, предполагает возможность самоподдерживающегося технологического роста и создание новой интеллектуальной технологии, позволяющей информационному сообществу все более свободно интегрироваться в мировые культурные процессы, обладать большим постоянно развивающимся креативным потенциалом, находить самые разнообразные и действенные формы и методы самореализации личности.