

МУЛЬТИМЕДИЙНАЯ КУЛЬТУРА: ЭТИМОЛОГИЯ, ТЕЗАУРУС, СИСТЕМА ПОНЯТИЙ

*Светлов Б. В.,
Белорусский государственный университет
культуры и искусств,
кандидат философских
наук, доцент*

«Мультимедийная культура» является термином, который насчитывает не более полутора десятка лет со времени своего появления. Его исходный смысл может быть раскрыт путем представления об определенном круге людей, включенных в общение между собой посредством мультимедийных технологий, являющихся результатом цивилизационного развития и начинающих все более доминировать в начале XXI века. Разумеется, обращение к этимологии не может быть достаточным для решения вопроса о генезисе рассматриваемого феномена и требует составления тезауруса и системы понятий для более глубокого понимания мультимедийной культуры.

Генезис мультимедийной культуры обусловлен в первую очередь эстетическими закономерностями, а именно — потребностями общества в распространении эстетических знаний и ценностей. Основание для возникновения и развития мультимедийной культуры — противоречие между способностью общества производить, сохранять, накапливать в невероятных масштабах эстетические ценности и неспособностью личности потреблять это наследие в полном объеме. Для смягчения данного противоречия в мультимедийной культуре, с одной стороны, происходит «сжатие» эстетических ценностей в пространстве и времени (инволюция культурных процессов), а с другой — воспроизведение их такое количество раз, какое они оказываются востребованными потребителями.

Названное противоречие приводит к тому, что в информационном обществе меняется представление о красоте, искусстве и творчестве. Вместе с понятием красоты изменяются и основные эстетические категории — прекрасное и безобразное, возвышенное и низменное,

комическое и трагическое, героическое и ужасное. Искусство испытывает на себе сильнейшее влияние новых технологий. Изменяется представление о том, что есть художественное творчество. Позиции автора и зрителя сближаются. Продюсер (производитель) и пользователь (юзер) превращаются в некоего продюзера. Названная закономерность не является достижением лишь мультимедийной культуры. Экранизация литературных первоисточников в аудиовизуальной культуре, авторская обработка фольклорных произведений в традиционной художественной культуре и другие подобные феномены говорят о том, что это явление столь же древнее, сколь и само эстетическое воспитание. Поэтому мультимедийная культура может быть рассмотрена как одно из наиболее влиятельных современных средств эстетического воспитания личности.

Слою «мультимедиа», входящее в концепт «мультимедийная культура», состоит из двух частей, первое из которых — «multi» — означает «большое», «очень большое», «многое», «великое», «сильное», «многочисленное», «лучшее». Вторая часть — «media» — является множественным числом слова «medium», которое последовательно обозначало «срединную землю», «среднее качество», «степень», «интермедиативное агентство», «канал коммуникации», «человека, который получает, обменивается спиритическими посланиями», «средство художественного выражения». Наиболее близкий к нам по времени смысловой слой этого слова представляет собой абстрагирование от «mass media», включающего «газеты», «радио», «телевидение». Сегодня термин «мультимедиа» используется в противоположность тем средствам, которые обозначают только традиционные формы печатных или рукотворных произведений. Мультимедиа являются средством передачи и одновременно тем, что передается. Мультимедиа используют комбинацию, сочетание различных содержательно-формальных средств. Термин можно употреблять как существительное (средство со множественными содержательно-формальными характеристиками) или как прилагательное, описывающее

посредника, который использует множество содержательных форм.

Термин «multimedia» впервые появился в сфере художественной культуры в 1966 году благодаря американскому шоумену Бобу Гольдштейну в ходе рекламы одного из его представлений. В последующие годы слово принимало различные смыслы. В конце семидесятых термин был использован для того, чтобы описать шоу, состоящие из показов слайдов при помощи мультипроектора, синхронизированные со звуковым треком. Наконец, в 1990-х слово приняло свое современное значение. В общем использовании, в бытовом языке multimedia относится к доставляемой при помощи электронных носителей комбинации средств, включающих видео, неподвижные изображения, аудио, текст с которыми может быть достигнуто взаимодействие (эффект интерактивности).

Такой исследователь, как А. В. Крапивенко [4, 7—10], считает, что область определения термина «мультимедиа» весьма размыта и находится на стыке нескольких дисциплин, направлений и видов деятельности. В результате слово «мультимедиа» используется весьма свободно и не всегда точно. Поэтому отношение к этому слову и, как следствие, к стоящему за ним понятию крайне разнообразно и не всегда адекватно. Даже профессионалы в данной области при употреблении этого термина имеют в виду не всегда одно и то же.

По его мнению, на сегодня существует, по крайней мере, три различных понимания термина. Первое значение этого слова — «мультимедиа как идея». Имеется в виду новый подход в искусстве к комплексному, синергетическому воздействию на органы чувств, к способам подачи и хранения информации различного типа. Мультимедиа выражает художественное содержание информации. Второе значение слова «мультимедиа», как правило, используется чаще всего: так называют программно-аппаратное обеспечение, которое позволяет работать с данными различной природы. Это мультимедиа-периферия, мультимедиа-компьютеры, мультимедиа комплексы и, наконец, программный мультимедиа-инструментарий.

Последнее из трех возможных значений слова «мультимедиа» — это некий компьютерный продукт, составленный из данных всевозможных типов: структурированный сайт, электронная энциклопедия, компьютерная игра. Характерные черты такого продукта — объем и разнообразие данных, возможность прямого доступа к ним.

Обобщая три рассмотренных ранее значения термина «мультимедиа», исследователь определяет мультимедиа как современные компьютерные технологии, позволяющие объединить в программно-аппаратной системе различные типы мультимедиа-данных (изображения, звук, видео, тактильные ощущения и т.д.) для создания единой информационной среды в целях воздействия через органы чувств на восприятие человека.

Большинство других исследователей ставят знак равенства между «мультимедиа» и просто «медиа». Видимо, по этой причине появляются работы, с одной стороны, посвященные «медиакультуре», которые выходят далеко за рамки понятия «средства массовой информации» [3; 4], а с другой — исследования, посвященные «мультимедийной культуре», но избравшие своим предметом именно СМИ [6]. В любом случае, тезисом, с которым согласны большинство как отечественных, так и зарубежных ученых является признание многозначности и расплывчатости термина «мультимедиа» [2].

Причиной тому, на наш взгляд, является отсутствие должной диалектической методологии в понимании словосочетания «мульти» и «медиа», акцентирование смысла не на единстве «многих сред», а на их разнообразии. Скорее всего, такое положение является результатом доминирования эмпирического подхода к исследованию феномена мультимедиа, недостаточной развитости теоретического знания в этой области и отсутствия такой методологии, которая позволила бы трактовать мультимедиа как новую целостность, не сводимую к частям ее составляющим.

«Мультимедиа», действительно, можно перевести как «множество сред». Но это множество, на наш взгляд, есть произведение (в математическом смысле) медиа, а не их

простая арифметическая сумма. Поэтому более точным нам представляется перевод «мультимедиа» как «много-средности», предлагаемый В.Б.Поповым [5, с. 11], а не перевод «многие среды» у О. В. Шлыковой [8, с. 14]. Ссылка на работы именно этих авторов не случайна, ибо «Основы информационных и телекоммуникационных технологий. Мультимедиа» [5] — это пример рассматривения мультимедиа как технического средства, а «Культура мультимедиа» [8] — исследование социальных последствий внедрения мультимедийных технологий. В целом же понятие мультимедиа может выполнять функцию моста, соединяющего технику и культуру, а если уже быть еще более точным, то «цивилизацию» и «культуру».

Мультимедиа является средством передачи и одновременно тем, что передается. Мультимедиа использует комбинацию, сочетание различных содержательно-формальных средств. Термин можно употреблять как существительное (средство со множественными содержательно-формальными характеристиками) или как прилагательное, описывающее посредника, который использует множество содержательных форм. Термин используется в противоположность тем средствам, которые используют только традиционные формы печатных или рукотворных материалов. Multimedia есть сочетание таких содержательных форм, как текст, аудиоинформация, неподвижное изображение, анимация, видеоинформация, и интерактивность.

С позиций цивилизационного развития и естественнонаучного знания мультимедиа — это современная компьютерная информационная технология, позволяющая объединить в компьютерной системе текст, звук, видеоизображение, графическое изображение, анимацию и воздействовать не только на зрение и слух, но и на обоняние и осязание реципиента. С точки зрения гуманитарного знания мультимедиа — это новый тип взаимодействия между членами общества. Это культура, укоренившаяся сегодня по всему полю человеческих отношений, что подтверждается и близостью смыслов терминов «культура» и «человек».

Литература

1. Асоян, Ю. Открытие идеи культуры. (Опыт русской культурологии середины XIX — начала XX веков)/Ю. Асоян, А. Малафеев. — М.: ОГИ, 2001. — 344 с.
2. Елинер, И.Г. Мультимедийная культура и современное общество/И.Г. Елинер, — Спб.: Родные просторы, — 530 с.
3. Кириллова, Н. Е. Медиакультура: от модерна к постмодерну/Н. Е. Кириллова. — М.: Академический Проект, 2006. — 448 с.
4. Крапивенко, А. В. Технологии мультимедиа восприятие ощущений: Учебное пособие, — М.: БИНОМ, Лаборатория знаний, 2009. — 271 с.
5. Медиакультура новой России: Материалы международной научной конференции, — М.: Академический проект, 2007.— 512 с.
6. Попов, В.Б. Основы информационных и телекоммуникационных технологий. Мультимедиа/В.Б. Попов: Учебное пособие, — М.: Финансы и статистика, 2007, — 336 с.
7. Соколов, А. В. Общая теория социальной коммуникации/А. В. Попов: Учебное пособие, - СПб, 2002,- 461 с.
8. Степанов, Ю. С. Концепт. — Режим доступа: http://genhis.philol.msu.ru/article_120.shtmFtop. - Дата: 29.04.2010.
9. Шлыкова, О. В. Культура мультимедиа/О. В. Шлыкова: Учебное пособие для студентов. - М.: ФАИР ПРЕСС, 2004. - 416