

*Культура есть память.
Поэтому она связана с историей, всегда подразумевает непрерывность
нравственной, интеллектуальной, духовной жизни
человека, общества и человечества.
Ю.М. Лотман*

Медийная культура: pro et contra
(с позиции отечественных и зарубежных исследователей)

М.Н. Володина

Современные средства массовой коммуникации во многом определяют языковую, социально-психологическую, и культурную ситуации в обществе. Информирова человека о состоянии мира и заполняя его досуг, масс медиа оказывают влияние на весь строй его мышления, его поведение, на стиль мировосприятия, на тип культуры сегодняшнего дня.

Нередко *культура* трактуется как *система коллективного знания, с помощью которого люди моделируют окружающий мир*. В русле этой концепции индивидуальные действия людей, неразрывно связанные с коммуникативными процессами, относятся к комплексной системе коллективного знания, передаваемого через язык.

Сегодня «поставщиками» коллективного знания, или посредниками в его распространении, являются средства массовой коммуникации, масс медиа, которые никогда не остаются индифферентным по отношению к тому, что опосредуют. Появившись вначале как чисто технические способы фиксации, трансляции, консервации и тиражирования информации, масс медиа очень скоро превратились в мощнейшее средство воздействия на массовое сознание. Человеческое восприятие постоянно испытывает влияние современных средств массовой информации. Это тот модус, который обнаруживает свое воздействие во всех сферах жизни.

Именно в сфере масс медиа формируются знания, составляющие основу социально ориентированного отношения человека к действительности. По мнению исследователей, наша картина мира лишь на десять процентов состоит из знаний, основанных на собственном опыте. Остальное мы знаем или полагаем, что знаем, из газет, кино, радио- и телепередач, а также из

Интернета, т.е. из текстов массовой коммуникации, воздействию которых вольно или невольно подвергается каждый из нас.