

## **К проблеме основания психологической типологии представителей информационных культур**

---

Medvedska O.I. Basis of psychological typology of information cultures representatives as a problem / O.I. Medvedska // Problems of Modern Psychology : Collection of research papers of Kamianets-Podilskyi Ivan Ohienko National University, G.S. Kostiuk Institute of Psychology at the National Academy of Pedagogical Science of Ukraine / scientific editing by S.D. Maksymenko, L.A. Onufrieva. – Issue 36. – Kamianets-Podilskyi : Aksioma, 2017. – P. 208–223.

---

**O.I. Medvedska. Basis of psychological typology of information cultures representatives as a problem.** The article discusses the problem of finding basis for constructing a psychological typology of representatives of information cultures. This typology seems to be a step in solving a problem of life humanization in modern socio-cultural conditions containing pluralism of information cultures. A critical analysis of basis of existing typologies of information cultures and their users is carried out. The cultural-historical concept of L.S. Vyhotskyi, specifically free choice of a cultural instrument by the subject, is used as a methodological basis of the author's typology.

The types of information cultures are shown to be distinguished on the basis of the leading sign system of encoding information, namely, the traditional culture of the printed word and the formation of media culture, or screen culture, the culture of shot. The subject's free choice of cultural instruments according to the cultural-historical concept of L.S. Vyhotskyi can be seen as a reflection of the irrational society activity on the "in-growth" into the culture and "mastering" personal psyche. In addition, the choice of means (word or image) simultaneously specifies activities with him (reading or viewing). And it is theoretically proved that different types of activities form the subjects with different types of mental organization, with various cultural functions.

**Key words:** information culture, sign system, information needs, word, image, cultural instrument, activity.

**Медведская Е.И. К проблеме основания психологической типологии представителей информационных культур.** В статье обсуждается проблема поиска основания для построения психологической типологии представителей информационных культур. Подобная типология представляет шагом в решении психологией задачи гуманизации жизни в современных социокультурных условиях плюралистичности информационных культур. Проводится критический анализ основа-

ний існуючих типологій інформаційних культур і їх польователів. В качестве методологической основы авторской типологии обосновывается культурно-историческая концепция Л.С. Выготского, а именно свободный выбор субъектом культурного орудия.

Показано, что типы информационных культур выделяются на основании ведущей знаковой системы кодировки информации, а именно, традиционная культура печатного слова и формирующаяся медиакультура или экранная культура, культура кадра. Отмечено, что свободный выбор субъектом культурного орудия в соответствии с культурно-исторической концепцией Л.С. Выготского может рассматриваться как отражение ненормированной социумом активности по «вращению» в культуру и по «овладению» собственной психикой. Кроме этого, выбор орудия (слово или образ) одновременно задаёт и деятельность с ним (чтение или просмотр). И теоретически закономерно, что разные виды деятельности формируют и субъектов с разными типами психической организации, с разными культурными функциями.

**Ключевые слова:** информационная культура, знаковая система, информационные потребности, слово, образ, культурное орудие, активность.

**Медведська О.І. До проблеми основи психологічної типології представників інформаційних культур.** У статті обговорюється проблема пошуку підстави для побудови психологічної типології представників інформаційних культур. Подібна типологія видається кроком у вирішенні психологією завдання гуманізації життя в сучасних соціокультурних умовах плюралістичності інформаційних культур. Проводиться критичний аналіз підстав існуючих типологій інформаційних культур і їх користувачів. Як методологічна основа авторської типології обґрунтовується культурно-історична концепція Л.С. Виготського, а саме вільний вибір суб'єктом культурного знаряддя.

Показано, що типи інформаційних культур виділяються на підставі провідної знакової системи кодування інформації, зокрема, традиційна культура друкованого слова і формуюча медиакультура або екранна культура, культура кадру. Відзначено, що вільний вибір суб'єктом культурного знаряддя відповідно до культурно-історичної концепції Л.С. Виготського може розглядатися як відображення ненормованої соціумом активності з «вращання» в культуру і з «оволодіння» власною психикою. Крім цього, вибір знаряддя (слово або образ) одночасно задає і діяльність з ним (читання або перегляд). І теоретично закономерно, що різні види діяльностей формують і суб'єктів з різними типами психічної організації, з різними культурними функціями.

**Ключові слова:** інформаційна культура, знакова система, інформаційні потреби, слово, образ, культурне знаряддя, активність.

**Постановка проблеми.** Современный этап развития цивилизации уже несколько десятилетий обозначается как постиндустриальное или информационное общество. Информация выступает

как стратегический ресурс государства, эффективное средство управления обществом и личностью, инструмент экономики и власти и др. Существующие и постоянно совершенствующиеся технологические возможности определяют две основные тенденции изменения информации: во-первых, быстрое увеличение её объема и, во-вторых, быстрое устаревание содержания. Обозначенные тенденции порождают информационный взрыв и, как следствие, информационный кризис – противоречие между объемами и скоростью обновления информации и естественными возможностями человека по её обработке (т.е. по получению новой информации из уже имеющегося массива, что выражается в изменении либо её содержания, либо формы представления).

Американский футуролог А. Тоффлер ещё в 60-х гг. XX в. обосновал концепцию футурошока как реакции организма на информационную перестимуляцию. Обозначенные им последствия перестимуляции проявляются на трёх основных уровнях: на сенсорном уровне – это искажение восприятия реальности; на когнитивном – «информационная перегрузка ослабляет способность “думать”» [1, с. 283]; на личностном уровне фиксируется «перестимуляция решений», вызванная разнообразием различных источников информации, и противоречащая психической организации: увеличение количества выборов требует от человека большего времени для принятия решения, а это увеличение практически невозможно из-за «давления ускорения» [1, с. 290]. Последствием неконтролируемого наращивания скорости изменений, в том числе и скорости обновления информации в социальном масштабе выступает нарушение рациональности. А. Тоффлер заметил, что он поставил только диагноз, за которым должно последовать лечение, которое состоит в сознательном контроле за переменами, состоящем в управлении их эволюцией для достижения ведущей цели гуманизации жизни.

Попытки такого сознательного контроля и управления в области информации предпринимаются на разных уровнях. На уровне государства принимаются законы, обеспечивающие безопасность как личности, так и информации. На уровне академического сообщества обосновываются методологические подходы к понятию информационной культуры личности, определению критериев её сформированности, разрабатываются понятия «информационной грамотности», «информационного загрязнения», «информационно-психологической безопасности личности» и др. В образовательных учреждениях вводятся специальные

дисципліни і створюються учебні посібники по формуванню інформаційної культури особистості [2; 3 і др.].

Таким образом, в решении задачи гуманизации жизни в условиях быстро меняющегося информационного общества включены различные специалисты. Однако следует отметить, что психология в данном случае находится буквально на периферии, поскольку подавляющее большинство исследований сосредоточено на пограничных или клинических случаях различного рода техногенных аддикций, их симптоматики и детерминант, прежде всего индивидуально-психологических. Между тем, один из фундаментальных постулатов культурно-исторической психологии – невозможность понимания человека вне контекста его культурной ситуации – может служить методологическим основанием для расширения сферы собственно психологических исследований. Одним из шагов в данной области является построение психологической типологии представителей информационных культур. Создание подобной типологии представляется необходимым не только теоретически, но и практически, поскольку как стихийные, так и специально организованные изменения во многих областях социальной жизни, далеко не всегда гуманны и обоснованы. Попытки создания подобной типологии пока не предпринимались. Только социолог М. Кастельс обосновал классификацию пользователей Интернета, которая детальнее будет рассмотрена далее.

Подобная работа особенно актуальна для Республики Беларусь, которая в плане технического оснащения, особенно собственного быта, находится на уровне развитых европейских стран. Так, в 2014 г. Беларусь заняла 38 место в мире по индексу развития информационно-коммуникативных технологий, опережая все другие страны СНГ (в том числе и Россию), а также Китай и Индию [4].

**Типы информационных культур.** Одна из самых популярных среди различных специалистов типологий цивилизаций принадлежит канадскому социологу М. Маклюэну. Основанием для нее выступает ведущий тип семиозиса. М. Маклюэн выделяет четыре типа цивилизаций: 1) эпоха дописьменного варварства, 2) тысячелетия фонетического письма; 3) галактика Гуттенберга – полтысячи лет книгопечатания и 4) галактика Маркони – современная электронная цивилизация.

По его мнению, именно фонетический алфавит выступил средством создания «цивилизованного человека». Но, поскольку «любая технология – это продолжение человека вовне... вне-

шняя проекция, или самоампутация, наших физических тел» [5, с. 54], то, являясь «интенсификацией и расширением зрительной функции, фонетический алфавит уменьшает в любой письменной культуре роль других чувств: слуха, осязания и вкуса» [5, с. 95]. Относительно наступившего нового этапа развития культуры М. Маклюэн довольно оптимистичен: «Электрическая эпоха – в буквальном смысле эпоха освещения. Как свет есть одновременно энергия и информация, так и электрическая автоматизация объединяет в единый и неразрывный процесс производство, потребление и обучение» [5, с. 403]. Однако продолжая его же идею о технологии как некотором психофизическом ограничении, необходимо отметить, что электронные технологии – это тоже в первую очередь «расширение зрительной функции», а значит и продолжающаяся редукция других параметров психофизической организации человека. Ж. Бодрийяр еще более категоричен в этом вопросе: «Мы упрощаем себя посредством технической манипуляции. И это упрощение доходит до безумия, когда появляется цифровая манипуляция» [6].

Таким образом, эпоха печатного слова, эпоха Гуттенберга в настоящее время трансформируется в эпоху электронных информационных технологий. Представителями различных наук наряду с понятием «информационной культуры» в последнее время все активнее используется понятие «медиакультура» и конкретизирующий его терминологический аппарат: «медиасреда», «медиаполитика», «медиаэкология», «медиаменеджмент», «медиапедагогика», «медиаобразование» и др.

Медиакультура рассматривается как доминирующая область информационной культуры, связанной с трансляцией динамических образов, получаемых и передаваемых техническими средствами [7; 8 и др.]. В российской науке данное понятие наиболее детально обосновывается Н.Б. Кириловой [9], которая разделяет позицию зарубежных ученых о медиакультуре как интенсивном информационном потоке, прежде всего аудиовизуальном (ТВ, кино, видео, компьютерная графика, мобильная связь, Интернет и др.), выступающем средством освоения человеком окружающего его мира. Подчеркивая технический характер построения потока и преобладания в нем визуальных образов, Н.Б. Кириллова, тем не менее, не указывает на эти принципиальные черты в своем определении: «Медиакультура – это совокупность информационно-коммуникативных средств, выработанных человечеством в ходе культурно-исторического развития, способствующих формированию общественного сознания и социали-

заци личности. ... Медиакультура может выступать и системой уровня развития личности, способной “читать”, анализировать и оценивать медиатексты, заниматься медиатворчеством, усваивать новые знания посредством медиа» [9, с. 31].

А. Тоффлер еще в 60-е гг. XX в. отметил отличия медиасообщений как «бомбардировку сознания образами» от незакодированных сообщений (получаемых органами чувств из внешней среды) и случайных закодированных сообщений (возникающих в процессе непосредственного, свободного взаимодействия субъектов), обозначив их как «закодированные заранее составленные сообщения», отличающиеся целенаправленным характером воздействия и высокой информационной плотностью. «Если... механизм передачи образа набирает скорость, то аналогичным образом меняются и сами коды, которые мы используем» [1, с. 130]. И коды эти начинают меняться в сторону изменения сложившегося традиционного, т.е. речевого кода: «Было время, когда человек учил язык своего общества и использовал его, с небольшими изменениями, на протяжении всей своей жизни. Его связь с каждым изученным словом или жестом была прочной. Сегодня уже нет этого удивительного качества» [1, с. 133].

Обобщая труды теоретиков, посвященных языку новых технических информационных культур, Н.Б. Кирилова отмечает: «...если в письменной культуре основой знаковой системы выступает буква, слово, то в аудиовизуальной культуре “первокирпичиком” является кадр» [9, с. 65], имеющий три основные формы: фотографическая культура кадра – передача непосредственного впечатления от реального события; кинематографическая культура – использование кадра как «ячейки монтажа» (С. Эйзенштейн) для выявления смысла некоторого события; телевизионная культура – включение телезрителя в «поток событий». Основными свойствами кадра выступают его знаковая универсальность (т.е. использование в различных формах создания информации) и событийность, обеспечивающая сопричастность субъекта к воспринимаемой информации. Именно эти свойства кадра как культурного знака и определяют отличия медиакультуры от традиционной, классической культуры.

Необходимо дополнительно отметить и еще одну особенность кадра, а именно суггестивность создаваемого его посредством образа, что приводит и к определенной инверсии восприятия, относительно которой П. Вирилио очень точно замечает: «Я уже не вижу плакат на стене... его изображение само на меня смотрит» [8, с. 112]. Наличие суггестивного влияния экрана (благодаря его

мерцанию, особенно в темноте, указывает и Д. Гринфильд [10]. Благодаря преобладанию визуальной составляющей в информационном потоке «состоялось релятивистское слияние/смещение фактуального... и виртуального, “эффект реальности” возобладал над принципом реальности» [8, с. 108]. Именно об этом говорит и М. Кастельс как о технически созданной культуре виртуальной реальности: «Эта виртуальность и есть наша реальность» [11, с. 200]. Таким образом, указанное выше свойство событийности кадра можно подвергнуть определённому сомнению, поскольку благодаря постоянному техническому усовершенствованию и наращиванию плотности информационного потока сама бытийность незаметно для субъекта начинает трансформироваться в искусственно созданную действительность, которая обозначается как виртуальная реальность или киберпространство.

Таким образом, типы информационных культур выделяются на основании ведущей знаковой системы кодировки информации, а именно, традиционная культура печатного слова и формирующаяся медиакультура или экранная культура, культура кадра.

**Информационная потребность.** Одним из очевидных, на первый взгляд, оснований для построения типологии представителей разных информационных культур и очень психологическим по своему содержанию, могли бы выступать потребности личности. Тем более, что указания на них присутствуют в различных определениях самой информационной культуры. Например, один из самых авторитетных специалистов в данной области, академик Н.И. Гендина предлагает следующее определение: «Информационная культура личности – одна из составляющих общей культуры человека; совокупность информационного мировоззрения и системы знаний и умений, обеспечивающих целенаправленную самостоятельную деятельность по оптимальному удовлетворению индивидуальных информационных потребностей с использованием как традиционных, так и информационно-коммуникационных технологий. Информационная культура является важнейшим фактором успешной профессиональной и непрофессиональной деятельности, а также социальной защищенности личности в информационном обществе» [2, с. 7]. Близкие определения информационной культуры, подчеркивающие осознание личностью собственных информационных потребностей и владение ею определённой системой знаний и умений по их удовлетворению, дают и другие учёные.

Информационные потребности личности сегодня предлагается рассматривать и в качестве основания для социальной стра-

тифікації: «Если прежде причины социального неравенства связывали с происхождением и наличием гражданских прав; собственностью и доходами, то сегодня фактором расслоения становится уровень информационной культуры, проявляющийся в информационном поведении» [12, с. 22].

Однако, несмотря на то, что информационная потребность выступает одним из центральных понятий как науки, так и практики, за прошедшие несколько десятилетий сущность данной потребности так и осталась неопределённой. «Для ее удовлетворения с древности создавались библиотеки и архивы, а в последнее время – сложные информационные системы. Однако до сих пор это важное и многоплановое понятие остается недостаточно изученным по существу, хотя информационным потребностям и их эффективному удовлетворению посвящено много специальных исследований. Это парадоксальное положение объясняется тем, что упомянутые исследования проводились с чисто практическими целями, а именно – разработка способов более полного удовлетворения потребностей конкретных категорий и групп учёных и специалистов, и мало затрагивали само содержание информационных потребностей как явления» [13, с. 2].

Этот вывод классиков информатики СССР спустя 20 лет подтверждается и современными учёными. Например, А.В. Соколов критикует существующее многообразие современных определений информационной потребности за присущую им тавтологичность: «Информационная потребность – потребность общества и личности в информации». А.В. Соколов на основе теории функциональных систем П.К. Анохина выделил три вида конкретных информационных потребностей. А-потребности (абсолютные, базовые, первичные) образованы системой биогенных и ядерными социогенными потребностями. В-потребности (вспомогательные, вторичные, инструментальные) – это потребности в средствах реализации деятельности, которые затухают при получении определенного инструмента. С-потребности (спонтанные, ситуативные, субъективные, случайные) возникают при расхождении между реальным и желаемым. В итоге проведённого анализа А.В. Соколов приходит к заключению, что информационная потребность – это результат обобщения или абстрактное понятие [14, с. 17].

Таким образом, искусственность данного понятия крайне затрудняет его операционализацию. Помимо этого, любая деятельность является полимотивированной (сегодня у всех, что называется, на слуху довольно парадоксальные соединения типа

«работать играя» или «обучаться, развлекаясь» и т.п.), что не отвечает критерию однозначности основания для типологии.

На психологическом основании «производном» от потребностей личности, а именно на ценностях и убеждениях «нового человека» социолог и медиолог М. Кастельс предложил типологию пользователей интернет-культур [11].

Техномеритократическая культура – это культура, построенная на вере во врожденную полезность научно-технического развития как ключевой составляющей прогресса человека. Она выступает своеобразным выражением идеалов эпохи Просвещения и академической науки. Её продолжает культура хакеров, ориентированная на достижение максимальной продуктивности и технического совершенства. Для хакеров главными ценностями выступают свобода (творить, использовать любые доступные знания и распространять их) и сотрудничество в форме «культуры дарения» (уважение со стороны представителей данного сообщества определяется общественной значимостью, ценностью сделанного подарка). Культура виртуальной общины имеет многообразные проявления. Общим для ее представителей выступает ценность горизонтальной свободной коммуникации и ценность свободного слова. Т.е. это культура, для которой Интернет выступает способом организации взаимодействия и генерации идей, но не интересующаяся техникой ради техники. И, наконец, предпринимательская культура, которая использует Интернет как инструмент получения прибыли. Это культура денег и культура труда, основанная на модели сиюминутного удовлетворения.

Таким образом, согласно М. Кастельсу, Интернет представляет собой особый культурный конструкт, иерархически организованный в два слоя: «производители – пользователи» (техномеритократы и хакеры) и «потребители – пользователи» (виртуальные сообщества и бизнесмены). Даже без углубленного анализа очевидно, что данная типология имеет несколько идеализированный характер, выделяя некие элитарные группы пользователей, имеющих довольно чёткие традиционные ценностные ориентации (знание, усовершенствование, свобода, творчество и др.). Простым логическим аргументом неполноты этой типологии выступает также то обстоятельство, что реально большинство пользователей – это уже медиатизировавшиеся ранее индивиды, для которых «цифровые картинки и сообщения значат меньше, чем их мгновенная доставка; “шоковый эффект” оказывается важнее содержания» [8, с. 172].

Эмпирическим подтверждением теоретически обоснованного возражения выступают результаты исследования мотивов пользования Интернетом (который понимается как особая субкультура), проведенном А.Е. Войскунским и его сотрудниками [15]. Ими установлены: во-первых, полимотивированность деятельности в Интернете (присутствие деловой, познавательной, аффилиативной, коммуникативной, рекреационной и игровой мотивации, а также мотивации сотрудничества, самореализации и самоутверждения); во-вторых, изменение этой мотивации (исследование представляет собой сравнительный анализ мотивации пользователей с 1993 по 1996 г.): «Данные говорят об уменьшении веса мотивов делового и профессионального характера в деятельности пользователей Интернета. Напротив, мотивы коммуникативного, рекреационного направления, мотивы личного общения приобретают все большую представленность в системе мотивационной регуляции» [15, с. 77].

Таким образом, уже более 20 лет назад у первых пользователей Интернета уже были зафиксированы тенденции сдвига мотивов от профессионально-деловых к лично-развлекательным. Эти эмпирически установленные тенденции можно считать конкретизацией того, что в иных традициях называется «самоампутацией» (М. Маклюэн) или «упрощением» (Ж. Бодрийяр, А. Тоффлер) и дополнительным аргументом в пользу отказа от категории потребностей как основания типологии.

**Выбор субъектом культурного орудия.** Происходящие изменения знаковой системы несомненны. Однако более точным представляется всё-таки считать ведущей единицей медиакультуры образ, а не кадр по следующим причинам. Во-первых, термин «кадр» хорошо подчеркивает искусственность, сложную технологичность его производства, однако он «оставляет за скобками» самого субъекта (например, глядя на телеэкран, мы все-таки воспринимаем не смену кадров, а смену образов; тем более что и кадры как таковые быстро исчезают с развитием цифровых технологий [6]). Во-вторых, если говорить о слове (как о ведущем знаке традиционной культуры) и об образе (как об основном знаке медиакультуры), то их можно привести к общему знаменателю, каковым является их включенность в психическую организацию субъекта. Слово, как это доказано в многочисленных теоретико-эмпирических исследованиях Л.С. Выготского и представителей его школы, выступает основным опосредствующим средством, преобразующим натуральные психические функции в культурные [16; 17 и др.]. Образ также является составляющим

восприятия, памяти, представлений, мышления, воображения, самосознания [18; 19 и др.]. И слово, и образ являются не только компонентами в структуре различных психических процессов, их объединяет также функция посредников между объективным и субъективным миром. Помимо двух содержательных аргументов в пользу оперирования именно понятием «образ» для фиксации ведущего знака в новом формирующемся типе семиозиса можно привести ещё третий, условно говоря, статистический довод: именно о медиавоздействии посредством образов говорит подавляющее большинство учёных.

Таким образом, можно обозначить две сосуществующие культуры, определяющие социокультурный контекст жизнедеятельности современного человека: культуру слова и культуру образа. При этом они находятся друг с другом в конкурирующих отношениях, о чем свидетельствуют результаты исследований современных читательских предпочтений русскоязычной аудитории, которые можно найти в соответствующих работах [например, 20; 21]. В качестве ведущей тенденции изменения чтения ученые отмечают его все возрастающую прагматизацию, преобладание инструментального аспекта («чтобы уметь») над познавательным («чтобы знать»), независимо от источника информации (бумажного или электронного). Это выступает еще одним аргументом против потребностей как основания для психологической типологии пользователей.

Кроме того, чтение не только трансформируется содержательно, оно вообще редуцируется. Одной из основных причин является появление все большего числа разнообразных носителей информации, в конкурентной борьбе с которыми книга начинает проигрывать. Согласно данным, полученным российской исследовательской организацией «Левада-Центр» в 2008 г. по заказу Федерального агентства по печати и массовым коммуникациям, россияне стали читать намного меньше, о чем свидетельствует статистика как посещения публичных библиотек, так и наличия собственных собраний книг. В частности, с 1995 по 2005 г. количество семей, вообще не имеющих домашнюю библиотеку, увеличилось с 58 до 70%. По мнению социологов, такой значительный рост свидетельствует о «...разрастании социального массива, не нуждающегося в письменно-печатной культуре и довольствующегося ТВ, “общества телезрителей”» [22, с. 184]. Подобные тенденции наблюдаются во всем мире. К примеру, читательская активность 18–35-летних американцев за менее чем 20 лет сократилась на 28%, т.е. читают в основном люди взросло-

го и пожилого возраста [23]. Это даёт основание говорить о том, что будущее скорее за цифровыми электронными технологиями, чем за печатными СМИ и даже телевидением (которое молодым людям кажется слишком медленным).

Обобщение результатов деятельности мозга в эпоху Интернета дает основание американским нейрофизиологам Г. Смоллу и Г. Воргану считать, что мозг современного человека находится в состоянии постоянной цифровой стимуляции. Ученые выделяют два типа людей: «цифровые аборигены», т.е. представители младшего поколения, и «цифровые эмигранты», люди более старшего возраста, которым требуется специально осваивать новые технологии. Мозг «цифровых аборигенов» функционирует в режиме «непрерывно рассеянного внимания» [24, с. 11]: внимание следит за всем сразу, «скользит», не сосредотачиваясь на каком-либо объекте. В этом заключается отличие от мультитаскинга, при котором одновременное выполнение субъектом нескольких задач подчинено четким целям. Мозг «цифровых аборигенов» обучается быстрым реакциям и подвергается постоянной дофаминовой стимуляции, психологическим последствием которой выступает привычка мгновенного получения удовольствия. «Однако нейронные связи и отдельные участки их мозга, ответственные за обычную учебу, развиты хуже» [24, с. 11]. Возражением против предложенной дифференциации типов пользователей сугубо по возрастному критерию могут выступать многочисленные эмпирические факты, которые демонстрируют относительность данного базиса: часть молодых людей отстранена от электронных новинок, в то же время часть взрослых очень им увлечена.

В социокультурной ситуации множественности информационных культур, оперирующих разными знаковыми системами, основанием для собственно психологической типологии представителей разных информационных культур может стать собственный выбор субъектом определенного культурного орудия. Это положение теоретически обосновано идеей Л.С. Выготского об орудии как средстве формирования высших психических функций, поскольку последователями ученого «фактически не уделялось должного внимания принципу свободного обращения индивида к орудию (использование знака или отказ от него, форма обращения со знаком и т. д.). Между тем, в отличие от некоторых современных методов формирования психических функций (алгоритмизация обучения, поэтапное формирование умственных действий), в экспериментальных ис-

следованиях Выготского обращение к орудию и способ действия с ним не предписывались и тем более не являлись сколько-нибудь принудительными. Орудие рассматривалось Выготским как возможная точка приложения сил индивида, а сам индивид выступал как носитель активности» [25, с. 158–159].

**Заключение.** Свободный выбор субъектом культурного орудия в соответствии с культурно-исторической концепцией Л.С. Выготского может рассматриваться как отражение ненормированной социумом активности по «врастанию» в культуру и по «овладению» собственной психикой. Кроме этого, выбор орудия (слово или образ) одновременно задает и деятельность с ним (чтение или просмотр). И теоретически закономерно, что разные виды деятельностей формируют и субъектов с разными типами психической организации, с разными культурными функциями.

**Перспективы дальнейшего исследования проблемы** состоят в осуществлении методических процедур операционализации свободного выбора субъектом типа культурного орудия.

#### **Список использованных источников**

1. Тоффлер А. Футурошок : пер. с англ. / А. Тоффлер. – СПб. : Лань, 1997. – 464 с.
2. Гендина Н. И. Формирование информационной культуры личности: теоретическое обоснование и моделирование содержания учебной дисциплины / Н. И. Гендина, Н. И. Колкова, Г. А. Стародубова. – М. : Межрегион. центр библиотеч. сотрудничества, 2006. – 512 с.
3. Дулатова, А. Н. Информационная культура личности : учеб.-метод. пособие / А. Н. Дулатова, Н. Б. Зиновьева. – М. : Либерия-Бибинформ, 2007. – 180 с.
4. Юнитер. Телекоммуникационный сектор. 2015 : [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.uniter.by/upload/iblock/897/897484245b3bc2c37632a063c962d811.pdf>. – Дата доступа: 22.10.2015.
5. Маклюэн М. Понимание медиа: внешние расширения человека / М. Маклюэн; пер. с англ. – М. : Жуковский : КАНОН-пресс-Ц : Кучково поле, 2003. – 464 с.
6. Бодрийяр Ж. Почему все еще не исчезло? : [Электронный ресурс] / Ж. Бодрийяр. – Режим доступа: <http://syg.ma/@alesya-bolgoва/zhan-bodriiар-pochiemu-vsie-ieshchie-nie-ischiezlo>. – Дата доступа: 5.05.2015.
7. Основы воздействия СМИ / М. Брайант и др.; пер. с англ. – М. : Вильямс, 2004. – 225 с.

8. Вирилио П. Машина зрения / П. Вирилио; пер. с фр. – СПб. : Наука, 2004. – 140 с.
9. Кирилова Н. Б. Медиакультура: теория, история, практика / Н. Б. Кирилова. – М. : Академ. проект : Культура, 2008. – 469 с.
10. Greenfield D. Virtual addiction: Help for Netheads, cyberfreaks, and those who love them / D. Greenfield. – Oakland, CA. : New Harbinger Publication, 1999. – 227 p.
11. Кастельс М. Галактика Интернет. Размышления об Интернете, бизнесе и обществе / М. Кастельс; пер. с англ.. – Екатеринбург : У-Фактория, 2004. – 328 с.
12. Брежнева В. В. От библиотечно-библиографического обслуживания к информационному сервису / В. В. Брежнева // НТИ. Сер. 1. – 2003. – № 6. – С. 18-23.
13. Гиляревский Р. С. Научные коммуникации и проблема информационной потребности / Р. С. Гиляревский, В. А. Маркусова, А. И. Черный // НТИ. Сер. 1. Орг. и методика информ. работы. – 1993. – № 9. – С. 1-7.
14. Соколов А. В. Что есть информационная потребность? / А. В. Соколов // Тр. С.-Петерб. ун-та культуры и искусств. – 2013. – Т. 197. – С. 7-18.
15. Арестова О. Н. Мотивация пользователей Интернета / О. Н. Арестова, Л. Н. Бабанин, А. Е. Войскунский // Гуманитарные исследования в Интернете : сб. ст. – М. : Можайск-Терра, 2000. – С. 55–77.
16. Выготский Л. С. Орудие и знак в развитии ребенка / Л. С. Выготский // Психология. – М. : ЭКСМО-Пресс, 2000. – С. 828–891.
17. Лурия А. Р. Язык и сознание / А. Р. Лурия. – М. : МГУ, 1979. – 320 с.
18. Леонтьев А. Н. Психология образа / А. Н. Леонтьев // Вестн. МГУ. Сер. 14. Психология. – 1979. – № 2. – С. 3–13.
19. Смирнов С. Д. Психология образа: проблема активности психического отражения / С. Д. Смирнов. – М. : МГУ, 1985. – 231 с.
20. Дубин Б. В. Чтение в России-2008. Тенденции и проблемы / Б. В. Дубин, Н. А. Зоркая. – М. : Межрегион. центр библ. сотрудничества, 2008. – 80 с.
21. Стельмах В. Д. Читатель и современное литературное сообщество: возможности диалога / В. Д. Стельмах // Читающий мир и мир чтения. – М. : Рудомино, 2003. – С. 145–156.
22. Гудков Л. Д. Российские библиотеки в системе репродуктивных институтов: контекст и перспективы / Л. Д. Гуд-

- ков, Б. В. Дубин // Новое литературное обозрение. – 2005. – № 74. – С. 166–202.
23. National Endowment for the Arts. Reading at rink. A Survey of Literary reading in America : Research Division Report. – Wachington, 2004.
24. СМОЛЛ Г. Мозг онлайн. Человек в эпоху Интернета / Г. СМОЛЛ, Г. ВОРГАН; пер. с англ. – М. : КоЛибри, 2011. – 352 с.
25. Петровский А. В. Психология в России. XX век / А. В. Петровский. – М. : УРАО, 2000. – 312 с.

#### Spisok ispol'zovannyh istochnikov

1. Toffler A. Futuroshok / A. Toffler. – SPb. : Lanq, 1997. – 464 s.
2. Gendina N. I. Formirovanie informacionnoj kulturyh lichnosti: teoreticheskoe obosnovanie i modelirovanie sodержyniya / N.I. Gendina, N.I. Kolkova, G.A. Starodudova. – М. : Mezhhregion. zentr bibliotekh. sotrudnichestva, 2006. – 512 s.
3. Dulatova A. N. Informacionnaya kultura lichnosti : ucheb.-metod. posobie / A. N. Dulatova, N. B. Zinovqeva. – М. : Libereya-Biblioinform, 2007. – 180 s.
4. Yuniter. Telekomunikacionnyh sector. 2015. [Ehlektronnyh resurs]. – Rezhim dostupa: <http://www.uniter.by/upload/iblock/897/897484245b3bc2c37632a063c962d811.pdf>. 4. – Data dostupa: 22.10.2015.
5. Maklyuehn M. Ponimanie media: vneshnie rasshireniya cheloveka / M. Maklyuehn; per. s. angl.. – М. : Zhukovskij : KANON-press-C : Kuchkovo pole, 2003. – 464 s.
6. Bodriyyar Zh. Pochemu vse ewe ne ischezlo? : per. s fr. / Zh. Bodriyyar. – Rezhim dostupa: <http://syg.ma/@alesya-bolgova/zhan-bodriiiar-pochiemu-vsie-ieshchie-nie-ischiezlo>. – Data dostupa: 5.05.2015
7. Osnovyh vozdejstviya SMI / M. Brajant i dr.; per. s angl. – М. : Vilqyams, 2004. – 225 s.
8. Virilio P. Mashina zreniya / P. Virilio; per. s fr. – SPb. : Nauka, 2004. – 140 s.
9. Kirilova N. B. Mediakultura: teoriya, istoriya, praktika / N. B. Kirilova. – М. : Akadem. Proekt «Kultura», 2008. – 469 s.
10. Greenfield D. Virtual addiction: Help for Netheads, cyberfreaks, and those who love them / D. Greenfield. – Oakland, CA. : New Harbinger Publication, 1999. – 227 p.
11. Kastelqs M. Galaktika Internet. Razmyhshleniya ob Internetе, biznese i obwestve / M. Kastelqs; per. s angl. – Eketerinburg : U-Faktoriya, 2004. – 328 s.

12. Brezhneva V. V. Ot bibliotechno-bibliograficheskogo obsluzhivaniya k informacionnomu servisu / V. V. Brezhneva // NTI. Ser. 1. – 2003. – № 6. – S. 18–23.
13. Gilyarevskij R. S. Nauchnyhe kommunikacii i problema informacionnoj potrebnosti / R. S. Gilyarevskij, V. A. Markusova, A. I. Chernyhj // NTI. Ser. 1. Org. i metodika inform. rabotyh. – 1993. – № 9. – S. 1–7.
14. Sokolov A. V. Chto esnq informacionnaya potrebnostq? / A. V. Sokolov // Tr. S.-Peterb. un-ta kulturnykh i iskusstv. – 2013. – T. 197. – S. 7–18.
15. Arestova O. N. Motivaciya polqzovatelej Interneta / O. N. Arestova, L. N. Babanin, A. E. Vojskunskij // Gumanitarnyhe issledovaniya v Internete : sb. st. – M. : Mozhajsk-Terra, 2000. – S. 55–77.
16. Vyhgotskij L. S. Orudie i znak v razvitii rebenka / L. S. Vyhgotskij // Psixologiya. – M. : EHKSMO-Press, 2000. – S. 828–891.
17. Luriya A. R. Yazyhk i soznanie / A.R. Luriya. – M. : MGU, 1979. – 320 s.
18. Leontqev A. N. Psixologiya obraza / A. N. Leontqev // Vest. MGU. Ser. 14. Psixologiya. – 1979. – № 2. – S. 3–13.
19. Smirnov S. D. Psixologiya obraza: problema aktivnosti psixicheskogo otrazheniya / S. D. Smirnov. – M. : MGU, 1985. – 231 s.
20. Dubin B. V. Chtenie v Rossii-2008. Tendencii i problemyh / B. V. Dubin, N. A. Zorkaya. – M : Mezhrefion. zentr bibliotech. sotrudnichestva, 2008. – 80 s.
21. Stelqmax V. D. Chitatelq i sovremennoe literaturnoe soobwestvo / V. D. Stelqmax // Chitayuwij mir i mir chteniya. – M. : Rodomino, 2003. – S. 145–156.
22. Gudkov L. D. Rossijskie biblioteki v sisteme reproduktivnyhx institutov: kontekst i perspektivyh / L. D. Gudkov, B. V. Dubin // Novoe literaturnoe obozrenie. – 2005. – № 74. – S. 166–202.
23. National Endowment for the Arts. Reading at rink. A Survey of Literary reading in America : Research Division Report. – Wachington. 2004.
24. Smoll G. Mozg onlajn. Chelovek v ehposu Interneta / G. Smoll, G. Vorgan; per. s angl. – M : KoLibri, 2011. – 352 c.
25. Petrovskij A. V. Psixologiya v Rossii. XX vek / A. V. Petrovskij. – M : URAO, 2000. – 312 s.

*Received January 15, 2016*

*Revised February 21, 2016*

*Accepted March 22, 2017*