

Гаврилов Александр Александрович

МЕДИАРЕАЛЬНОСТЬ КАК ТИП ВИРТУАЛЬНОЙ РЕАЛЬНОСТИ

Вниманию читателя предлагается интерпретация медиареальности как одного из типов виртуальной реальности, наряду с художественной, игровой и компьютерной реальностями. Автор представляет собственную модель процесса погружения человека в медиареальность, основанную на специфическом признаке медиаобраза – способности подменять собой реальность. В статье рассматриваются основные свойства медиареальности, постулируется положение, что современные медиа препятствуют познанию объективной действительности.

Адрес статьи: www.gramota.net/materials/3/2013/11-1/7.html

Источник

Исторические, философские, политические и юридические науки, культурология и искусствоведение. Вопросы теории и практики

Тамбов: Грамота, 2013. № 11 (37): в 2-х ч. Ч. I. С. 45-47. ISSN 1997-292X.

Адрес журнала: www.gramota.net/editions/3.html

Содержание данного номера журнала: www.gramota.net/materials/3/2013/11-1/

© Издательство "Грамота"

Информация о возможности публикации статей в журнале размещена на Интернет сайте издательства: www.gramota.net

Вопросы, связанные с публикациями научных материалов, редакция просит направлять на адрес: voprosy_hist@gramota.net

PHENOMENON OF DIRECTOR'S CONSCIOUSNESS IN VERDI'S CREATIVE WORK

Vorotyntsev Petr Il'ich

Russian State University for the Humanities

pvorotyntsev@mail.ru

The article analyzes the creative work of great Italian composer and theater figure Giuseppe Verdi. According to the author, Verdi's methods were revolutionary for the musical theater of his époque. Verdi interpreted musical performance basing on the idea of integrity, imagined it only in the context of all parts unity (music, words, decorations, costumes, actor's works). Verdi's methods can be called the director's ones. The author of the article consistently elaborates and proves the thesis that Verdi was not only a musician but also a director (although officially this profession did not exist in the era of Verdi).

Key words and phrases: Verdi; direction; opera; musical theater; libretto; dramaturgy.

УДК 130.3

Философские науки

Вниманию читателя предлагается интерпретация медиареальности как одного из типов виртуальной реальности, наряду с художественной, игровой и компьютерной реальностями. Автор представляет собственную модель процесса погружения человека в медиареальность, основанную на специфическом признаке медиаобраза – способности подменять собой реальность. В статье рассматриваются основные свойства медиареальности, постулируется положение, что современные медиа препятствуют познанию объективной действительности.

Ключевые слова и фразы: виртуальная реальность; онтология виртуальности; медиареальность; медийная реальность; медиатированная реальность.

Гаврилов Александр Александрович

Омский государственный технический университет

woodenglass@yandex.ru

МЕДИАРЕАЛЬНОСТЬ КАК ТИП ВИРТУАЛЬНОЙ РЕАЛЬНОСТИ[©]

В последнее время понятие «виртуальная реальность» встречается довольно часто, причем фигурирует оно не только в научных кругах, но и среди обывателей. Подобный интерес связан со стремительным развитием современного общества, возрастающей ролью информации в социуме, развитием компьютерных технологий и технологий виртуальной реальности. Исследования виртуальной реальности осуществляются как в области естественного, так и в области гуманитарного знания. Однако на сегодняшний день нет единого общенаучного толкования данного феномена, что предоставляет исследователям определенную свободу при построении своих концепций, вследствие чего налицо множество разнообразных теоретических подходов [1], определяющих категорию виртуальной реальности с различных позиций.

Основываясь на существующих концепциях, мы предложили собственную интерпретацию категории виртуальной реальности, базирующуюся на ряде принципов, среди которых основными являются следующие:

- обязательное наличие субъекта: виртуальная реальность настолько виртуальна, насколько субъект в ней существует;
- принцип полионтичности, заключающийся в том, что сущность не сводится только к одной субстанции, мир представляется многоуровневым, существует множество реальностей. Идея полионтичности позволяет рассмотреть виртуальную реальность как реальность порожденную;
- символичность, образность: виртуальная реальность есть реальность образная, несубстанциональная;
- принцип иммерсивности (погруженности): виртуальная реальность существует тогда (и только тогда), когда субъект, погружаясь, становится частью, элементом этой реальности.

В нашем понимании виртуальная реальность есть несубстанциональная реальность, имеющая общественную природу, порожденная сознанием субъекта на основе образов, создаваемых в процессе взаимодействия человека с различными системами: медиа, искусством, компьютерными технологиями, – и существующая до тех пор, пока это взаимодействие длится.

Исходя из этого, процесс виртуализации есть процесс замещения реальных объектов симулятивными, то есть образами. Следовательно, можно говорить о нескольких типах виртуальной реальности в зависимости от системы, породившей образ: медиареальности, компьютерной реальности, художественной реальности, игровой реальности. Каждый из типов имеет свои характерные черты, но в основе их – образы, порожденные определенной системой и взаимодействующие с сознанием субъекта.

Погружение человека в медиареальность обусловлено взаимодействием сознания с медиаобразом, который конструируется системой средств массовой информации. Медиаобраз есть «структурный визуально-

эмоциональный компонент виртуальной реальности, представляющий собой медийную модель объективного бытия, запечатленную в информационных носителях и общественном сознании» [3]. Определение О. Ф. Русаковой довольно полно отражает специфику медиаобраза; особо следует отметить такое важное его свойство, как возможность создавать эффект подлинной реальности. Именно на основе этого свойства при взаимодействии сознания субъекта и медиаобраза происходит погружение в медиареальность.

Медиаобраз есть медийная модель определенного элемента действительности. Понятие «медийный» в этом случае несет идею посредничества, ведь само латинское слово *medius* (*media*, *medium*) означает «средний, посередине находящийся». Действительно, средства массовой информации и коммуникации, создающие и транслирующие медиаобраз, выступают посредником между реальностью и познающим субъектом, однако подобный посредник искажает (как бессознательно, так и сознательно) информацию о реальности, препятствует ее объективному восприятию. Связано это с тем, что посредник есть не сама реальность, а лишь ее видимость, ее транслятор. На это обращает внимание отечественный исследователь В. А. Конев, указывая, что «посредник не самостоятелен, его бытие чисто экзистенциально <...> он не есть то, посредником чего (кого) он выступает, но в то же время он представляет того (замещает, дает ему бытие), посредником кого (чего) он является» [2, с. 4]. Не следует забывать и о том, что реальность, отраженная в СМИ, несет в себе отпечаток сознания работника медиа, то есть определенный субъективизм, присутствующий в медиаобразе и искажающий реальную картину действительности. К тому же сменилась основная функция СМИ, они стали мощным орудием манипуляции и пропаганды: «интегративно-посредническая по отношению к социуму природа масс-медиа мутировала в манипулятивную...» [4, с. 3]. Все это приводит к тому, что реципиент имеет дело не с событиями и фактами как таковыми, а с их медиаобразами. С одной стороны, медиаобраз есть форма отражения реальной действительности, но с другой, он позволяет изменять любое событие до неузнаваемости, в результате чего у аудитории возникает искаженное представление о нем.

Основываясь на данных рассуждениях, мы считаем целесообразным рассмотреть процесс погружения человека в медиареальность. В общем виде модель нашего исследования можно представить следующим образом (Рис. 1): существует событие реальной действительности, которое находит свое отражение в СМИ, где проходит редакционную обработку, в итоге чего создается медиаобраз события, то есть искаженная модель реальности. Затем медиаобраз транслируется по каналам коммуникации и доходит до потребителя, причем подобная форма современной коммуникации имеет односторонний характер, то есть практически полностью исключает возможность обратной связи. Дойдя до потребителя, медиаобраз укореняется в сознании, участвуя в формировании мировоззрения индивида.

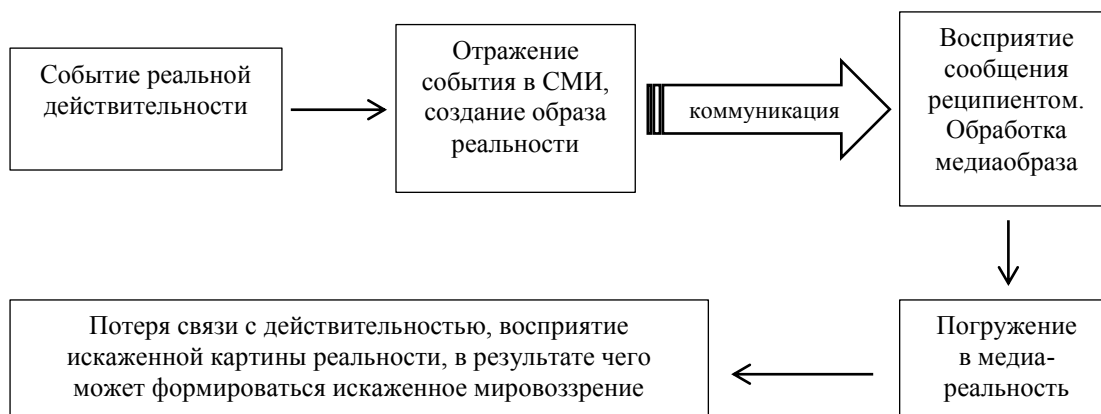


Рис. 1. Модель погружения в медиареальность

Пребывание человека в медиареальности отличается от пребывания в других типах виртуальной реальности. Главное отличие состоит в том, что индивид практически не замечает процесса погружения, в течение долгого времени не осознает свое присутствие в медиареальности, а выход из нее довольно сложен, так как стереотипные и клишированные медиаобразы, формирующие картину мира современного человека, очень плотно укоренены в сознании и способны подменять собой реальность. Связано это с тем, что медиа играют одну из ведущих ролей в формировании мировоззрения, к тому же медиаобразы снимают с индивида необходимость исследовать и критически осмысливать реальный мир. В результате человек воспринимает реальность в соответствии с трактовкой медиаобраза и, исходя из нее, выстраивает свою деятельность и свое поведение. Таким образом, медиареальность оказывается своеобразным конструктом над реальностью, препятствующим познанию объективной действительности.

К основным онтологическим свойствам медиареальности, как и реальности виртуальной, можно отнести:

- несубстанциональность – способность существовать, но быть «невидимой», не воспринимаемой приборами;
- порожденность: медиареальность порождена взаимодействием сознания субъекта и системы медиа, сконструировавшей медиаобраз;
- иммерсивность: медиареальность существует для субъекта тогда, когда он, погружаясь, становится частью, элементом этой реальности;

- символичность: содержательным компонентом онтологического процесса медиареальности-коммуникации выступают знаково-символические образы; медиареальность есть знаковая, образная реальность;
- автономность категорий пространства и времени: в медиареальности существуют свои пространство и время, отличные от пространства и времени реальности константной.

Основные свойства медийной и виртуальной реальности, как отмечает И. В. Чельшева, реализуются в способности выступать симуляционным субститутутом реальной действительности, что находит свое отражение в визуализации различных образов, состояний, в возможности задавать свое время и пространство [5, с. 96].

Масс-медиа изменяют сознание и мировоззрение индивида, наряду с чем происходит трансформация внутреннего мира человека, границы между реальным и виртуальным стираются, что, несомненно, ведет к смещению нравственных и ценностных ориентиров личности. Обусловлено это тем, что СМИ, занимая сегодня одно из важнейших мест в массовой культуре, используют манипулятивные технологии, внедряя в сознание аудитории медиаобразы, конструирующие альтернативную картину мира. Для современного человека характерны фрагментарность мышления и мозаичность восприятия, размытость ценностных ориентиров, потеря идентичности, виртуализированность сознания – все это разрушает целостный мир индивида, являясь преградой для познания реальной действительности.

Список литературы

1. Гаврилов А. А. Основные подходы к определению категории «виртуальная реальность» в современном философском дискурсе // Молодой ученый. 2012. № 9. С. 162-166.
2. Конев В. А. Медиа-реальность и реальность медиа // Вестник Самарской гуманитарной академии. Серия «Философия. Филология». 2009. № 2. С. 3-10.
3. Русакова О. Ф. Современная политическая философия [Электронный ресурс]. URL: http://www.madipi.ru/index.php?option=com_content&view=category&layout=blog&id=33&Itemid=11 (дата обращения: 20.09.2013).
4. Фортунатов А. Н. Взаимодействие субъектов социальной коммуникации в медиареальности: автореф. дисс. ... д. филос. н. Н. Новгород, 2009. 37 с.
5. Чельшева И. В. Медиареальность как новый тип социокультурного пространства // Информатизация в образовании. 2011. № 11. С. 93-106.

MEDIA-REALITY AS TYPE OF VIRTUAL REALITY

Gavrilov Aleksandr Aleksandrovich

Omsk State Technical University

woodenglass@yandex.ru

The article calls readers' attention to the interpretation of media-reality as a type of virtual reality, along with artistic, game and computer ones. The author presents his own model of human immersion into media-reality basing on the specific attribute of the media-image – the ability to substitute reality. The article considers the basic properties of media-reality, postulates the thesis that modern media hinder the cognition of objective reality.

Key words and phrases: virtual reality; ontology of virtuality; media-reality; mediated reality.

УДК 340

Юридические науки

В статье анализируется состояние органов управления и суда Тобольской губернии в первой половине XIX в. На основании материалов губернаторских проверок и ревизий деятельности судебных и административных инстанций отмечаются недостатки, присущие делопроизводству окружных и городских учреждений, определяются причины возникновения данных недостатков. Анализируется состояние финансовой документации. Дается характеристика персонального состава работников административных и судебных учреждений губернии

Ключевые слова и фразы: делопроизводство; городничий; уездные суды; городские магистраты; городские думы; губернский суд; недостатки делопроизводства и судопроизводства.

Гаврилова Анжелика Васильевна, к.ю.н., доцент

Кемеровский государственный университет

Angelika@kemsu.ru

ДЕЛОПРОИЗВОДСТВО ОРГАНОВ УПРАВЛЕНИЯ И СУДА СИБИРИ В ПЕРВОЙ ПОЛОВИНЕ XIX В. ©

Общее состояние делопроизводства органов сибирского административного и судебного управления, начиная с момента присоединения этого региона к Российской державе, постоянно, на протяжении длительного времени вызывало различного рода упреки и нарекания.