

Виртуализация как средство деформации и трансформации пространства и времени в медиа-рекламной картине мира

Определяющее влияние на формирование современных образов пространства и времени оказал такой ключевой момент технического развития цивилизации, как изобретение кинематографа, а позже телевидения – «явления, которому суждено было сыграть решающую роль в развитии человечества в XX веке» в силу своей массовости и всепроницаемости [Разлогов, 1997, с. 56-59]. С этого момента искусство становится не столько способом отражения реальности, сколько способом ее конструирования. Меняется и способ восприятия реальности человеком. Как пишет О. Аронсон в предисловии к книгам о кино Жюль Делеза, «сегодня мы воспринимаем не по правилам нашей чувственности и нашего знания, но по правилам, сформированным кинематографом, по законам кадрирования, панорамирования, монтажа» [Аронсон, 2004, с. 11-36]. В результате вездесущности телевидения происходит нарушение «сенсорного баланса»: человек превращается по сути дела в один большой глаз, у которого все иные возможности сенсорного контакта и, соответственно, коммуникации – тактильной, звуковой, обонятельной, вкусовой – сведены к минимуму.

В этот период возникает глобальное ощущение эволюционного кризиса, изжитости современности и завершенности определенного этапа культурно-исторического развития. В этих условиях складывается новый феномен культуры, характерными признаками которой стали отказ от канонов, разрушение традиционных форм; саморефлексия, выразившая себя прежде всего в интертекстуальности и цитатности; множественность и размытость смыслов, приемлемость маргинальности в отношении морали и нравственности. Этот общекультурный феномен получил название постмодернизма (термин А. Тойнби, использованный в работе