



---

**Original Article: OPERA NELLO SPAZIO DI COMUNICAZIONE SOCIALE (PER ESEMPIO, FILM)**

**Citation**

Buzskij M.P., Ovsjannikova T.V. Opera nello spazio di comunicazione sociale (per esempio, film). *Italian Science Review*. 2014; 1(10). PP. 33-38.

Available at URL: <http://www.ias-journal.org/archive/2014/january/Buzskij-Ovsjannikova.pdf>

**Authors**

Marat P. Buzskij, Dr. Philosoph. Sci., professor, Russia.

Tat'jana V. Ovsjannikova, Cand Sociolog. Sci., docent, Russia.

Submitted: January 07, 2014; Accepted: January 15, 2014; Published: January 30, 2014

In letteratura e giornalismo moderno rileva l' impatto negativo della tecnosfera - ambiente artificiale che è in fase di crescita nella società dell'informazione, distorcendo non solo i tratti di personalità spirituali ed esistenziali attraverso la crescita della sua standardizzazione e la riduzione della spiritualità, ma anche la creazione di una deformazione (desacralizzazione) essendo di per sé un arte e cultura art. Manifestazione di questa tendenza - nella caduta di interesse per il libro (media elettronici preferito) ai generi dell'arte classica e della cultura in generale - l'indifferenza udienza generale alle condizioni della percezione dell'arte: pochi oggi richiede l'immersione nello spazio arte "pura" e il tempo di essere "dentro" il processo di percezione artistica (contemplazione). La gente semplicemente non si rendono conto che questi lo spazio e il tempo sono stati ripetutamente "bloccati" requisiti e le proprietà di uno spazio multimediale in cui non tanto giocato come realtà "costruita" utilizzando varie tecnologie, creando un ambiente virtuale e le sue illusorie (ma apparentemente reali) immagini.

Tutto questo ha portato al fatto che i mass media hanno creato la propria cultura, che sta funzionando "nel sistema dei media si trasforma in un sistema di simboli, un mondo enorme, che è strutturata secondo certe regole e vive di vita propria, formando valori e tradizioni, obiettivi, nessuno guarda generazione.. utilizzando il supporto creato universo semantico surrogato, poco adatti per orientarsi nella vera vita sociale" [1, p. 33].

Tale cultura è creata, esprime le caratteristiche della società dell'informazione, e in questo senso è obiettivo. Ma il problema è che tra cultura di massa e reale cultura - nello spazio del loro funzionamento - c'era una sorta di incompatibilità: sono reciprocamente inaccessibili, completamente esterno alla vicenda. E più a lungo lo spazio di questa dualità della cultura, espressa in comunicazioni sociali, il più degradato l'uomo moderno, perdendo le loro fondamentali spirituali esistenziali. È possibile risolvere questo problema, e se sì, a quali condizioni?

Considerando che nella cultura classica e folk, il proprio spazio umanità espressa nella sua immediata "mondo della vita",

con tutto il suo essere un conflitto, la passione e gli ideali, reale e simbolico, ecc, e, soprattutto, di orientarsi, poi in secondo caso - nello spazio di mass-media e della cultura - come autosufficienza (autonomia) espressa in forme culturali di persone storico-sociali di essere eliminato e la diversità di questa riesca a determinati standard di consumo, modelli di comportamento e di pensiero. Ma poiché tutto il potere e tutte le tecnologie della società dell'informazione, che è diventato un network che lavora sulla seconda opzione, l'esistenza stessa della cultura e dell'arte tradizionale è in questione.

Per problemi di ricerca più specifici devono concentrarsi su tre aspetti: 1) Quali sono le proprietà dello spazio dell'arte e del tempo deve essere associato un'opera d'arte (in questo caso un film) per mantenere la sua autonomia nella società, e 2) Qual è l'impatto devastante sulla arte di manufatti spaziali cultura mediatica e testi medialti, e 3) se ci sono opportunità e le condizioni per l'amplificazione (rafforzamento) della cultura tradizionale nella società moderna permeate comunicazioni spaziali tecnologicamente deterministiche? Consideriamo ora questi punti.

Il mistero principale e la specificità dello spazio e del tempo in arte che si sta simulando l'infinita realtà della società e dell'uomo, ha sempre una forma in cui lo spazio e il tempo come una società sono state completate all'interno del contenuto del lavoro delineato di questo modulo. Con il "suo" spazio e il tempo, è un lavoro autonomo di arte, vale a dire come tale non dipende da qualcosa di esterno, e può rivelare la vita di una persona e della società nel loro esistenza. Realtà percepita di immagini ed eventi in un'opera d'arte in esso viene diviso in più strati e livelli di significati e contesti, il coordinamento e la comunicazione tra loro nel lavoro, in fuga dal loro particolare percezione, creare l'illusione di una vera e propria vita artistica. Quali sono le proprietà dello spazio e del tempo, lavori di cinema?

Studiare il proprio spazio e il tempo del cinema ha avuto inizio negli anni '30

secolo scorso. Così, nella monografia Ya. Mukarzhenskii [5] di questo periodo è stato allocato specificità spazio cinematografico - sua bidimensionalità e la natura illusorio, a differenza, ad esempio, dal teatro, che è tridimensionale e realistico. Infatti, vi è uno schermo come un piatto di immagine spazio eventi cinematografici, ma diventa la sua profondità e la visibilità è attraverso la massa attiva "riempire - in" lui dal pubblico. Così, nello spazio di un film collega la storia e "vincolante" al suo pubblico: sono eventi auto-movie, partecipare a lungo con i film di eroi. Tale movimento di spettatori (cioè l'illusione del movimento nello spazio della trama, che si svolge per salvare gli eventi di comunicazione semantiche del film) avviene attraverso gli scatti di installazione e cambiare l'angolo.

Spazio in questi filmati sue manifestazioni è né reale né illusorio, ma uno spazio di valore, o la formazione di valori spaziali. Cinema nel suo spazio costruisce, crea la realtà insieme al pubblico si basa sulla sua autonomia di spazio e di tempo.

Nei primi anni '70 del XX secolo, il famoso teorico della letteratura e dell'arte Lotman nella sua monografia [6] ha scritto che lo spazio nel film, come in ogni arte - spazio delimitato, chiuso entro certi limiti e, allo stesso tempo, spazio illimitato mondo isomorfo. Pertanto, nello spazio di un film c'è un conflitto tra la sua rappresentazione "quadro" e contenuto senza limiti, che copre la realtà. Quindi - e dinamismo kinoobraz clip video, i cui personaggi tendono a (usando solo il pubblico) di spazio virtuale per rompere nella realtà illusoria della vita. E ' questa contraddizione e il modo in cui il suo permesso formano le comunicazioni caratteristiche che lo spazio filmato.

Questa è soggetto alla originalità e il tempo cinematografico, che sfocia nel film in modo diverso, quindi accelerando - se gli eventi non sono importanti, cosa sarebbe

rallentare per aiutare lo spettatore a capire gli avvenimenti più importanti i tratti e le azioni degli eroi, le loro immagini. Queste caratteristiche di spazio e tempo film - solo i più generale. Qui ci sono molte altre caratteristiche - semantiche, psicologico, filosofico, ecc che permettono sia la storia, e il pubblico a " simulare " il processo e creare una vita pubblica e privata, per giudicare gli eventi compresi in un complesso dialogo con i registi, gli attori, i suoi eventi eccetera

Nel visualizzatore film classico - è un soggetto che nello spazio e nel tempo del film crea la realtà " da se stessi ", proprio perché vive, è coinvolto nella risoluzione dei suoi problemi. Di conseguenza, nei film spaziali "integrale" collegare il proprio contenuto storia e l'attività dello spettatore. Ma proprio perché lo spazio (e tempo) pubblico autonoma cinematografica davvero "essere finito " per se stessi la realtà del contenuto del filmato è libera, indipendentemente dalla comparsa di ideologico, valore o qualsiasi altro contesto che è radicato nella società e la politica.

Spazio proprio ed eventi cinematografici "vita" è più attraente per gli spettatori che la realtà di tutti i giorni, in quanto è molto più opportunità per la creatività self- spettatore, una maggiore gamma di rivelare le caratteristiche dell'uomo, la sua soggettività - attraverso la libertà, l'assenza di barriere sociali formali.

Ecco perché il film dal suo aspetto era "uno dei più importanti dell'arte ", consentendo un essere altamente concentrato e espressa di persone in una particolare società in un particolare epoca. Risoluzione del cinema Indipendenza singolare paradosso: gli spettatori conservano il loro rapporto organico con la società, ma allo stesso tempo aumentano farli diventare soggetti attivi del suo creatore. Pertanto, una delle condizioni per l' esistenza e la conservazione del cinema classico è la sua autonomia artistica - come un mondo che esiste da leggi proprie, compresa l'attività creativa dello spettatore, e il cui obiettivo dovrebbe essere solo

artistica e umanistica, cioè non è possibile effettuare commerciale o di altro orientamento simile.

Ne consegue che qualsiasi interferenza nella autonomia di spazio e tempo, opere d'arte -, commerciale, virtual- mitopoiesi tecnologico, ecc porta alla distruzione dell'arte e della cultura spirituale in genere. Che cosa negativa Arte cambiamenti si sono verificati nelle comunicazioni spaziali sociali?

Analizzando il cambiamento di ambiente socio- culturale della società moderna sotto l'influenza del fattore informazione, V.V.Zotov Note:

"Se si analizza il lavoro fondamentale nel campo della trasformazione sociale e culturale, sotto l'influenza delle informazioni, possiamo distinguere le seguenti grandi tendenze interconnesse: 1) Globalizzazione, 2) fragmentizatsiya 3) la virtualizzazione." [2, p. 253-254].

Ciò significa che lo spazio "set" socio - culturale non è una raccolta di opere d'arte autonoma, ma la continuità di canali di informazione, cioè rete di comunicazione globale, che è già separato dalla cultura stessa come realtà tecnica e tecnologica. La frammentazione si intende la rimozione della integrità dello spazio in cui vive e opera d'arte è sufficiente per l'integrità personale, fisica o giuridica che percepisce l'arte. In definitiva - frammentazione - è la distruzione dello spazio d'arte e lo spettatore come soggetto percepire l'arte. Virtualizzazione - è la rimozione di distanza speciale tra arte e realtà, e la formazione di spazio mediatekstovogo, che diventa una componente obbligatoria della interpretazione di un commentatori dei media di vario genere, come rappresentazione adeguata della realtà oggettiva esterna cessa di essere la preoccupazione principale di testi mediali, cioè realtà oggettiva viene sostituito da immagini virtuali computer e il simbolismo. Interpretazione si trasforma in un modo di manipolare la coscienza di massa di persone che formano gli stereotipi di comportamento e di pensiero, l'attributo più

importante della cultura di massa (commerciale).

Cultura tradizionale va in coltura, che rappresenta, in termini di A.A. Vozchikova "modo specifico di comprensione della realtà per mezzo di QMS attraverso il proprio codice di carattere è posizionato come una riflessione adeguata della realtà". [3, p. 134]. Ma significativo impatto negativo sul lavoro di arte non ha in sé la cultura dei media, o terreni di coltura, che ha avuto origine con i primi giornali di replica master e libri, ma la sua fase attuale, sulla base delle informazioni di carattere generale e l'impatto della comunicazione cosmo-planetario. Questo è dove il testo si stacca dal suo supporto solido diventa un apposito spazio informativo, e in questo aspetto in qualche modo può finire edificio, costruito, essere caricato con "dettaglio news", ecc

MediaText oggi - il principale mezzo di comunicazione per la realizzazione di un pubblico di massa. Che è determinato dal significato dell'evento, la sua esistenza nel loro spazio tempo creata o valutata la sua rilevanza, ecc Pertanto MediaText sostituisce una determinazione soggettiva come realtà permanente (oggetti), vale a dire la necessità di una persona per rispondere alle proprie informazioni. Dal momento che lo spazio di terreni di coltura realtà "divide" in tre strati - la realtà oggettiva invisibile e nascosta come una "cosa in sé", la sua ricostruzione sostituzione della realtà creata dai media e reality instillato le idee e le immagini costruite (mondo virtuale e simbolica), dobbiamo attivamente MediaText costruire posizioni ed installare la lettura o audience. La stessa realtà oggettiva nello spazio di cultura mediatica "scompare" perché il pubblico di massa per i media, "opaco", rimanendo in questo spazio comunicazioni qualche "cosa in sé", per cui è impossibile (a causa delle differenze sociali e individuali nelle persone) per far salire o formare un unico "immagine del mondo".

Questo "riempire realtà" test mediakulturnymi effettuata sulla base della

promozione attiva di coloro esoterismo, magia, vari miti sociali, compreso l'intervento straniero nella vita umana, e comprende anche la manipolazione delle aspettative sociali e dei sentimenti della popolazione, ecc Questo "lavoro" di testi mediali - non solo per l'interesse istanze diverse a mantenere il loro impatto sulla società, ma anche una proprietà del testo, che, secondo N.A. Rubakin, come segno della struttura, è "il processo di interazione con il lettore di questa struttura (destinatario), e vi è in questo senso solo come di questa interazione." [4, p. 87].

Pertanto è del tutto naturale che le funzioni principali del testo diventano mediakulturnogo intrattenimento e propaganda pubblicità trasmessa. Ancora altre caratteristiche del testo che sono state attuate, per esempio, nel periodo sovietico - ideologici, educativi, didattici e altri il cui scopo (con tutte le restrizioni) formare una personalità umana e la sua posizione, ora messo da parte, per lo più conservati in nelle opere della cultura tradizionale classica.

Quali sono la trasformazione del cinema moderno, il suo spazio e il tempo associato con le proprietà della cultura mediatica moderna si manifesta nella pratica della pellicola e distribuzione cinematografica?

Riassumendo vari stili kinozhanrov registi moderni, proiezioni cinematografiche e le condizioni della loro "cash" valutazione salvato per gli impianti auto, si può notare che, se il sistema industriale di udienza pubblica è rimasta oggetto di percezione e propri film di trasformazione presentate che sono costruiti su questa caratteristica come spettatore collaboratore (anche se in questo periodo di film mediocri spesso non raggiungere questo livello), il post-moderno visualizzatore mantiene una qualità del soggetto come eccezione. Nella maggior parte dei casi, il cinema, costruito nell'"industria dell'intrattenimento", divulgate e percepita non tanto come una storia di "vita", come lo spettacolo è modellata utilizzando un pseudo computer grafica (ad

esempio, realtà virtuale), che agisce sullo spettatore più come "psychophysiologically" "che in termini di significato, o guida spirituale.

Così, il principale "innovazione" che caratterizza il mercato cinematografico spazio nella società dell'informazione orientata, un significativo indebolimento del dialogo tra lo spettatore e cinematografico. Lo spettatore, come se inclusi nel testo stesso, è presente nel suo spazio interno, ma non come un soggetto, che completa la linea di storia e significato cinematografico, ma piuttosto come un eroe "aggiuntiva", proseguendo la sua propria logica del testo, che in realtà è già estraneo a lui la logica e le informazioni tecnologicamente data comunicazioni spaziali. Questi film passano "attraverso" lo spettatore, ma non in dialogo con lui.

Quindi - rimosso indipendenza culturale e artistico e l'autonomia del cinema, che ora non misurato i valori e il risultato spirituale artistico o educativo, ma ridotto a merce - consumer, commerciale - valutazione. "Un buon film" è ormai considerato tali proventi delle quali sormontate il box office del costo della sua creazione. Così penetrazione esterna - tecnologie dell'informazione e fattori commerciali - nel proprio spazio d'arte cinematografica posto il problema della sua conservazione - per proteggerlo da diventare una "pubblicità" propaganda lifestyle mercato consumer principalmente questa ideologia, formando un "uomo-massa" e così eccetera

Ma c'è davvero ha perso il film classici così come altri generi di cultura classica - il suo significato spirituale, il ruolo educativo nella società? Che ora è solo una "co-fattore" della vita sociale, o dovrebbe mantenere e addirittura rafforzare il suo ruolo nella riproduzione e la socializzazione della personalità moderna nella umanizzazione della nostra società? Considerate questo problema specifico.

Malgrado senza precedenti "sostituzione" uomo moderno mezzi tecnici per la produzione, la gestione, anche nella progettazione tecnica e altro, il design, i

computer moderni non possono svolgere un processo creativo scientifico, artistico ed altro, si tratta di una nuova creazione. Come macchine (cioè andare oltre il "percezione" di significati sociali, valori, ideali e gli obiettivi della società) computer, robot, ecc costruzione non può "partecipare" alla umanizzazione della società, e quindi - per la sua attuazione "espressione umana", vale a dire progresso spirituale e morale. In questo senso (anche nei momenti più difficili di loro), così come gli animali superiori - praticamente esistere fuori della società, appositamente organizzato ambiente funzionale meccanizzata.

Pertanto, la tecnologia dell'informazione, computer di "mediazione" tra l'uomo e opere d'arte non trasmette il significato e il simbolismo del prodotto artistico della cultura spirituale, ma meccanicamente pause, distrugge lo spazio della sua esistenza e la percezione. Insieme a questo è pause di mediazione e creatività artistica nell'uomo. Ma si può trovare una base oggettiva di produzione e distribuzione di manufatti tali informazioni culturale e artistico è effetti "meccanici"?

Oggi intensificato la contraddizione tra ' uomo - produzione "ben informato e responsabile, creativo e concentrato "persona consuma", che vive in un mondo fantastico di testi mediali e mira solo a utilizzare o appropriazione finito già fatto (prodotta). Se la produzione di ambiente oggetto prodotto e servizio agisce come un processo oggettivo basato sulla conoscenza e della tecnologia, l'assunzione è sempre soggettiva, in quanto è la produzione di prodotti assegnati guarda superficialmente alla ' cultura della tastiera." Il consumo non rivela il mondo interiore dell'uomo, dal momento che qui la cosa principale - "divertirsi", per dimostrare la loro immagine sociale, ecc, e non percepire che il contesto semantico che soggetto straniero esprime una serie di complessi soggetti - funzionale assegnati.

Oggi questa distinzione costituisce la "élite" e "massa". In questa élite non può avvenire sulla base di assegnazione

ideologia - che "mangia" spazio reale e contenuti della cultura e della scienza che formano la posizione creativa personalità dell'uomo. L'interazione è mediata dalla elite e le masse delle nuove tecnologie, robotica, ecc che condividono lo spazio e l'esistenza di questi gruppi nella società.

Ma l'accumulo di poca comprensione di "peso", che si affaccia la loro creatività storica e prosperità, è pericoloso per l'esistenza stessa della società come una vera gestione del programma, la produzione, lo sviluppo di nuove informazioni del contesto sociale, sviluppo del design, ecc non effettuate la maggior parte della popolazione, ma solo elettrodomestici. Oggettivamente - crescente esclusione sociale, il degrado della persona diminuisce il livello culturale generale della popolazione, vi è una "barbarie". Tendenza guadagno di massa.

Uscire qui uno: non solo per ripristinare le proprie condizioni di reale autonomia della cultura, ma anche per stabilire un livello di soggetto collettivo, il cui oggetto (controllato questi argomenti generali) sarebbe tutto lo spazio antropizzato e cultura di massa. Solo allora MediaText e proprio spazio perdono la loro autonomia e diventare oggetto di un ambiente semplice,

che è regolato da uomo come soggetto e diventa un ostacolo, e per lo sviluppo e la cultura umana e vero (classica). Ma questa base e il dialogo può avvenire (interazione, comprensione) delle élite e le masse, è importante ripristinare la pienezza della moderna comunità mondiale.

**References:**

1. Bogatyreva T.G. 1998. Media in the culture system. Problems of social development. 3-4.
2. Zotov V.V. 2007. The transformation of socio-cultural space in the conditions of information and communication environment of modern society. Personality. Culture. Society. Issue 2 (36).
3. Vozchikov V.A. 2007. Philosophy of media and media culture of the Information Society. Dissertation. St. Petersburg.
4. Rubakin N.A. 1929. Psychology of the reader and the book. A brief introduction to psychology bibliologicheskuyu. Flora of Education, 1929.
5. Mukarzhovsky J. 1994. Studies in aesthetics and art theory. Moscow, Art. pp.: 396-410.
6. Lotman 1973. Semiotics of Film and problems kinoestetiki Lotman. Tallinn, Eesti Raamat.