

Віртуальна реальність як універсальна платформа аранжування вторинного мультимодального дискурсу сучасної англомовної маскультури

М. О. Кузнецова

Запорізький національний технічний університет
Corresponding author. E-mail: kuznetsovamariaalexandrovna@gmail.com

Paper received 25.10.17; Accepted for publication 02.11.17.

Анотація. Статтю присвячено дослідженню феномену віртуальності. Віртуальну реальність розглянуто як універсальне середовище комунікацій та унікальний комуникативний простір, якому притаманні деякі специфічні і недоступні в актуальній реальності умови спілкування. На матеріалі корпусу текстів «Всесвіт Marvel» проаналізовано такі характерні риси віртуального комуникативного простору, як: інтерактивність, полісеміотичність, креативність та анонімність, які є ключовими у процесі аранжування вторинного мультимодального дискурсу у сучасному кіберпросторі.

Ключові слова: віртуальна реальність, вторинний мультимодальний дискурс, інтерактивність, полісеміотичність, креативність, анонімність.

Вступ. Важливою характеристикою сучасного інформаційного простору є активний розвиток комп'ютерних та Інтернет-технологій, які породжують особливі феномени організації суспільства та перманентно впроваджують нові форми і способи вербальної інтеракції разом із елементами інших семіотичних систем. Одним із таких новітніх способів і форматів у мережі Інтернет є феномен «вторинного дискурсу» [9] – специфічна мисленнєво-мовленнєва практика [16; 17; 22; 25; 26]. Свої витoki вище-згаданий феномен бере, передусім, у науково-технічному прогресі порубіжжя ХХІ ст., який набув рис інформаційної революції [20; 24]. Вторинний дискурс як мультимодальний феномен широко використовує експресивні можливості різних семіотичних систем і засобів передачі інформації, адже його конститутивні одиниці, вторинні тексти, створені за рахунок використання різноманітних семіотичних засобів та мультимедійних застосувань.

Поширення феномену вторинного мультимодального дискурсу сучасної англомовної маскультури, таким чином, пов'язано з інтервенцією інформаційних технологій у комуникативну сферу сучасної англомовної спільноти, зокрема зі створенням віртуальної, або альтернативної, реальності (*virtual reality*) – «кіберпростору» (термін «*cyberspace*» належить William Gibson) за допомогою комп'ютерних та Інтернет-технологій. Високий потенціал новітніх технологій у забезпеченні свободи від традиційних бар'єрів простору і часу, інтенсифікації інтелектуальних ресурсів, а також у становленні глобального комп'ютерного простору пояснює нестримний інтерес до віртуальної комунікації. Сучасний кіберпростір як інтерактивна комуникативна мережа не ставить перешкод для самоідентифікації та самовираження, адже елімінує такі основні виміри антропного буття, як темпоральність та локальність, надає текстовим комуникантам необмежені можливості у спілкуванні та організовує їх групову взаємодію, створюючи нову культуру, новий стиль життя та нові лінгвокультурні спільноти.

Таким чином, комп'ютер та Інтернет на початку ХХІ ст. створили унікальну платформу для аранжування вторинного мультимодального дискурсу сучасної англомовної масової культури. За словами О. І. Горошко, в результаті еволюції Інтернету як технологічного утворення він набув рис соціального простору, що базується на інтеракції та взаємодії, та на основі якого формується інформаційно-комуникативне суспільство, характерними для

якого є не лише нові можливості накопичення та переробки інформації, але й нові форми комунікації [4]. Інтернет утворює особливе комуникативне соціальне середовище, особливе місце реалізації мови, яке не має аналогів у минулому. Мережу Інтернет, таким чином, слід сприймати як соціальну віртуальну реальність.

Короткий огляд публікацій за темою. Світ віртуальної комунікації як специфічний об'єкт наукового дослідження має недовгу і одночасно яскраву історію. Серед теоретиків слід назвати імена Ж. Бодріяра, М. Кастельса, Н. Лумана, Г. М. Маклюєна, У. Онга, Дж. Семпсі, А. Турена, Ю. Хабермаса, У. Еко та інших, а також таких більш сучасних дослідників, як М. Візель, Г. Далідович, С. Дацюк, Д. Горче, Д. Андерсен, М. Корнфільд, С. Кіслер, Р. Райс, Е. Рональд, наукові праці яких виділяються поглибленим вивченням і всебічним охопленням проблем віртуальної комунікації, а відтак характеризуються безперечною актуальністю та науковою новизною.

Створення віртуальної реальності по праву вважається одним із найважливіших досягнень комп'ютерної революції кінця ХХ-го століття. Інтерес до віртуальних феноменів у всіх їх проявах ініціював активне дослідження останніх [1, с. 59]. Сьогодні феномен віртуальності розглядається з різних точок зору. Так, у працях П. І. Браславського [3], М. Т. Муртазіної [10], Є. Є. Таратути [14] досліджуються його загальні проблеми і сутність, у працях У. Еко [15], Р. Шрьодера [23] віртуальна реальність розглядається як простір сучасної культури, аналізується її вплив на сучасний процес культуротворення; також вивчається вплив «віртуальної реальності» і на процес самоактуалізації молодого покоління [13], критичній оцінці також піддається «кіберсоціалізація» як процес розвитку особистості в умовах інформаційного суспільства [2].

Дослідниками інтродуковано та обґрунтовано уявлення про *Homo Virtualis*, тобто людину, яка орієнтована на віртуальність, людину, для якої буття у віртуальному світі більш значуще, ніж реальне буття. Досить новим є й поняття «віртосфера», так звана віртуальна оболонка Землі, що включає в себе всю безліч віртуальних феноменів. *Homo Virtualis* як творець, носій і водночас споживач віртуальних культурних феноменів, основні свої соціокультурні потреби задовольняє у віртуальному світі [1, с. 60]. Становлення *Homo Virtualis* як нової соціально-культурної спільноти підтверджує той факт, що людина ХХІ століття віддає перевагу віртуальному, а не реальному спілкуванню, адже саме завдяки віртуальній людині і для

неї продукуються цілі віртуальні світи.

Таким чином, віртуалістика, що вивчає динаміку віртуальних мереж як одну з форм культури, сьогодні є одним із найактуальніших наукових напрямків, а розуміння «віртуальної реальності» як такого штучного феномену, появу якого каузовано антропою діяльністю, залишається домінуючим у науковій літературі. Разом з тим, поняття «віртуальна реальність» у багатьох вітчизняних працях не отримує належного осмислення, адже вичерпується лише значенням штучного середовища, сконструйованого виключно за допомогою комп'ютера, без урахування властивих їй специфічних недоступних в актуальній реальності умов спілкування. З огляду на це, **метою** представленої наукової розвідки постає аналіз віртуальної реальності як унікального та універсального середовища продукування вторинних текстопросторів.

Матеріалом дослідження обрано аутентичний корпус текстів «Всесвіт Marvel». Середосновних **методів** дослідження слід назвати синтез, індукцію, дедукцію та структурний аналіз.

Результати та їх обговорення. Сьогодні використання терміну «віртуальна реальність» стає можливим у контексті Інтернету, електронних засобів комунікації, комп'ютерних програм, телебачення тощо. Однак, вважається [19; 21], що вперше цей термін було введено у сучасному значенні наприкінці 80-х рр. ХХ ст. Джейроном Ланьє, одним із відомих діячів кіберкультури. Особливо широке розповсюдження слово «віртуальний» (від лат. *virtualis* – можливе) отримало у комп'ютерних технологіях: віртуальна пам'ять, віртуальна машина, віртуальний метод тощо. Під віртуальним у комп'ютерній термінології розуміється такий «об'єкт, що реально не існує або сприймається інакше, ніж реалізований» [5, с. 102]. За такого розуміння поняття «віртуальна реальність» детермінує світ, створений комп'ютерними засобами. Цей світ реально не існує, проте комп'ютер може впливати на зорові, слухові та інші органи чуття людини, викликаючи ілюзію занурення у цей світ.

Як спеціальний науковий термін «віртуальна реальність» передбачає існування безлічі різнорідних (актуально і віртуально існуючих) об'єктів, що належать одній реальності. Об'єкти віртуального рівня породжуються об'єктами нижчого рівня, але, незважаючи на свій статус породжених, взаємодіють з об'єктами породжуючої реальності як онтологічно рівноправні [11]. Сукупність віртуальних об'єктів щодо породжуючої реальності становить віртуальну реальність. Віртуальна реальність має свій простір і час, функціонує за своїми законами і тому незалежна від реально існуючих об'єктів. Згідно М. Хірозе, «віртуальне не означає фіктивність. Віртуальна реальність не є реальним об'єктом, проте можна сказати, що вона існує як реальний ефект» [7, с. 215]. Людина не стільки відображає, скільки породжує нове буття, розглядаючи буття як стан, еволюційність якого проявляється в динамічності всіх процесів і зв'язків, структур і законів. Суб'єкт сприймає навколишній світ, інших суб'єктів, самого себе у формі реальності, яка має викінчений вигляд і представляє особливу цілісність. Реальність як уявлення породжується рефлексією суб'єкта, тому реальність завжди є мислимою, віртуальною. Структурно віртуальні реальності складаються з образів, смислів, іміджів, за-

конів, норм і оцінок, емоцій [8, с. 53]. Отже, комунікативний простір віртуальності будується на переході всього і вся у віртуальний стан, тобто мислимо, уявну площину. Під віртуальною реальністю, таким чином, пропонуємо розуміти такий *продукт комп'ютерної технології й інтерактивне аудіовізуальне середовище, що характеризується високим рівнем психологічної достовірності*.

Поява віртуальної комунікації дала можливість говорити про формування особливого комунікативного простору, якому притаманні деякі специфічні і недоступні в актуальній реальності умови спілкування, яке забезпечує занурення в іншу реальність й існує у вигляді тексту і мультимедіа. За таких умов, віртуальна реальність – це *нове середовище комунікацій і формування культурних практик*. Далі на матеріалі корпусу текстів «Всесвіт Marvel» нами ідентифіковано та проаналізовано характерні риси віртуального комунікативного простору, які виступають ключовим чинником аранжування вторинного мультимодального дискурсу у сучасному кіберпросторі.

Першою рисою є *полісеміотичність*, тобто використання та поєднання не лише лінгвальних засобів, але й елементів інших семіотичних систем, можливість збереження та передавання інформації різних знакових систем в єдиній цифровій формі, інтеграція тексту з іншими формами подання інформації (графікою, аудіо-, відеоматеріалами, анімацією та ін.), функціонування інформації в різних комунікативних середовищах [18, с. 68]. Всесвіт Marvel побудований таким чином, що кожен новий текст вносить свої зміни у загальну картину оповіді, і в результаті створюється «масштабний всесвіт смислів». Обов'язково повинен бути базовий текст, або первинний текст, навколо якого будується весь «всесвіт» історії, проте кожна окрема частина може існувати як самостійний продукт. Емпіричний матеріал нашого дослідження є тому підтвердженням, адже в ньому співіснують герої різних форматів (комікси, мультфільми, кіно, серіали), які за потреби можуть сплітатися воедино. У такий спосіб реципієнту запропоновано безліч шляхів для знайомства з первинним текстом, і він може обрати сам той формат, який йому найбільше імпонує. Знайомство можна розпочати з історією в одному джерелі, наприклад, у фільмі, а продовжити в іншому – у форматі роману або коміксу тощо. Головне те, що контент у кожному джерелі різнити: реципієнт власноруч збирає всю історію в єдине ціле. Однак, слід пам'ятати, що інформація не просто передається у формі фільму, серіалу або коміксу. Вона дає можливість цільовій аудиторії аранжувати подальшу комунікацію, тобто вторинну.

Зі сказаного випливає наступна риса – *інтерактивність* – найважливіша характеристика віртуальної реальності, принцип організації системи, в якій досягнення мети реалізується за рахунок взаємодії, безпосереднього контакту, багатостороннього інформаційного обміну між учасниками. Історія, яку показано у фільмі або серіалі, може привернути одне коло користувачів, у коміксі – інше. У результаті використання різних форматів для передачі смислів, відбувається злиття цільової аудиторії. Наприклад, після перегляду фільму користувач може зацікавитися коміксом. У результаті занурення у вигаданий світ реципієнт може легко стати продуцентом. Так, численні фандоми (спільноти користувачів) створюють власні продукти, які входять до всесвіту історії. Первинний текст стає «спусковим гачком», ініціатором естетичних

переживань.

Отже, третьою рисою є *креативність*, яка обумовлена безпрецедентними можливостями розширення меж творчості, широкими можливостями для самореалізації, які відкрили комп'ютерні технології. Реципієнту ролі автора дає нове життя історії за межами візуальної та екранної культури, а наявність вторинних текстів розширює її і робить більш привабливою. Варіативність частин історії, тобто різні версії персонажів, їх альтернативні сюжетні лінії, побудова паралельних Всесвітів тощо, робить її більш вдалою. Активна аудиторія є невід'ємною складовою, адже подальше конструювання світу залежить саме від його прихильників. Якщо не буде зацікавленої аудиторії, яка б займалася розвитком цього світу (призначений для користувача контент на Інтернет-площадках), то говорити про повноцінний «всесвіт смислів» було б зовсім неможливо. На нашу думку, у віртуальному просторі знаходяться лише активні та креативні суб'єкти, адже майже кожен учасник спілкування бере участь у конструюванні гіперреальності. Він виконує функції як реципієнта, так і автора, тобто не тільки сприймає інформацію, а й сам створює її [12, с. 140]. Таким чином, у результаті колективної діяльності по створенню вторинного текстопростору відбувається спільне конструювання віртуальної реальності, у певному смислі будь-який учасник створює світ. Іншими словами у кіберпросторі всі стають «авторами», залишаючись при цьому «читачами» [15, с. 12]. Таким чином, віртуальна реальність – це не місце механічного відображення «реальної реальності», а спосіб побудови альтернативних, можливих світів. Мультимодальний дискурс розповідає історію одночасно з різних сторін. Для цього, наприклад, викладають сюжет за допомогою приквелів, сиквелів або спін офів, до прикладу історія вигаданого героя коміксів Marvel – Росомахи (Джеймса Гоулетта, також відомого як Логана).

Як було зазначено вище, віртуальна реальність дозволяє, мінаючи всі заборони і обмеження реального життя, реалізувати свій творчий потенціал, втілити у «віртуальне життя» те, що є недосяжним у дійсності. Це надає необмежені можливості для вираження свого «я» або «его», і це, власно, формує для сучасної людини те, що З. Фрейд назвав «Над-Я» (нім. *Über-Ich*), тобто забезпечує реалізацію кращої думки про себе самого. Крім того, *анонімність* комунікації в Інтернеті, як четверта риса, надзвичайно співзвучна постмодерністській кризі раціональності, втраті соціальною реальністю своєї стійкості та навіть визначеності (багато явищ втратили свої — справжні

імена) [6, с. 97-100]. Учасник заявляє про себе своїм ніком, який може бути яскравим і незвичайним, негативним і вражаючим своєю вигадкою, популярним і незнайомим, але він обов'язково повинен запам'ятися. Привласнюючи собі ім'я (нік), учасник керується рядом мотивів. В силу анонімності, опосередкованості і відсутності цензури кіберпростір надає можливість учаснику «намалювати» бажаний образ, який складається у користувачів у результаті спостереження за мовною поведінкою текстового антропоморфа.

Крім того, вторинний мультимодальний дискурс відрізняється своєю принциповою відкритістю, що надає можливість учаснику додавати та/або змінювати первинний текст. Поєднання цифровою електронікою різноякісних інформаційних потоків в єдиному просторі забезпечує нескінченне генерування знаків і текстів (текстопродження), комбінування різних текстів (візуальних, аудіальних, інтерактивних). Структура мережі розчиняє жорстку фіксованість тексту, що, в свою чергу, унеможливує будь-яку однозначну інтерпретацію, прогнозування можливих рецептивних версій тексту [6, с. 102]. Зв'язок між віртуальними особистостями встановлюється шляхом комунікації, в основному – комунікації текстів. Тому в сучасному суспільстві текст – як вихідний матеріал і продукт виробництва – набуває статусу універсального і єдиного засобу обміну інформацією. В силу того, що мережа комунікацій постійно розвивається, а потоки інформації перетинаються, тексти в Інтернеті переплітаються між собою і породжують нові тексти – це і є головним принципом аранжування вторинного мультимодального дискурсу.

Висновки. Отже, нині можна стверджувати, що процеси віртуалізації породжують новий вид культури – віртуальну культуру, яка передбачає, з одного боку, масовість як закономірність функціонування і розвитку, з іншого – розширення меж творчості, нові способи художньої діяльності, прояви унікальності, індивідуалізацію. Інтенсивний розвиток інформатизації і глобалізації соціокультурних процесів зумовлює появу нового соціокультурного простору, названого віртуальним, і призводить до того, що взаємодія людей у суспільстві починає все більше набувати віртуального характеру. Крім того, внаслідок інтенсивного впровадження комп'ютерних та інформаційних технологій у культуру та повсякденне життя на часі у мережі Інтернет формується новий формат антропоморфної інтеракції, який поєднує в собі елементи різних знакових систем.

ЛІТЕРАТУРА

1. Афанасьєва В. В. Homo Virtualis: психологические характеристики / В. В. Афанасьєва // Известия Саратовского университета. Серия Философия. Психология. Педагогика, 2010. – Вып. 2, Т. 10. – С. 59-64.
2. Бизюкова М. С. Киберсоциализация – процесс развития личности в условиях информационного общества [Электронный ресурс] / М. С. Бизюкова. – Режим доступа: http://cr-journal.ru/rus/journals/217.html&j_id=15
3. Браславский П. И. Технология виртуальной реальности как феномен культуры конца XX начала XXI веков : дис. канд. культурол. наук : 24.00.01 / Павел Исаакович Браславский. – Екатеринбург : Б. и., 2003. – 163 с.
4. Горощко Е. И. Современные Интернет-коммуникации: структура и основные характеристики / Е. И. Горощко // Интернет-коммуникация как новая речевая формация. – М. : Флинта, Наука, 2012. – С. 9-52.
5. Дорот В. Л. Толковый словарь современной компьютерной лексики. [3-е изд., перераб. и доп.] / Вячеслав Дорот, Федор Новиков. – СПб. : БХВ-Петербург, 2004. – 608 с.
6. Ильин И. П. Постмодернизм. Словарь терминов / И. П. Ильин. – М. : Intrada MMI, 2001. – 382 с.
7. Концепция виртуальных миров и научное познание. – СПб. : РХГИ, 2000. – 320 с.
8. Корсунцев И. Г. Легенда о большом взрыве Вселенной / И. Г. Корсунцев. – М. : ИПК госслужбы, Российское философское общество, 2002. – 79 с.
9. Кузнецова М. О. Вторинний дискурс англословних текстів сучасної масової культури : монографія / М. О. Кузнецова. – Запоріжжя : ЗНТУ, 2015. – 202 с.
10. Муртазина М. Ш. Образование и виртуальная культура /

- Муртазина М. Ш. // Вестник ЧитГУ. – Чита : ЧитГУ, 2009. – № 3 (54). – С. 213-217.
11. Носов Н. А. Манифест виртуалистики / Н. А. Носов. – М. : Путь, 2001. – 17 с.
 12. Селютин А. А. Жанры как форма коммуникативного выражения онлайн-личности / А. А. Селютин // Вестник Челябинского государственного университета. Серия: Филология. Искусствоведение. – 2009. – Вып. 37, № 35 (173). – С. 138-141.
 13. Сторожук С. В. Вплив віртуальної реальності на самоактуалізацію тинейджерів: антропологічний вимір / С. В. Сторожук, І. М. Гоян // Антропол. виміри філос. дослідж. : зб. наук. пр. – 2016. – Вип. 9. – С. 17-28.
 14. Таратута Е. Е. Философия виртуальной реальности / Е. Е. Таратута. – Санкт-Петербург, 2007. – 147 с.
 15. Эко У. Отсутствующая структура. Введение в семиологию / У. Эко. – СПб. : ТОО ТК «Петрополис», 1998. – 432 с.
 16. Baym N. K. Talking about soaps: Communicative practices in a computer-mediated fan culture / N. K. Baym // Theorizing fandom: Fans, subculture and identity. – Chesskill, NJ, 1998. – P. 111-129.
 17. Bury R. Cyberspaces of their own: Female fandoms online / Rhiannon Bury. – New York : Peter Lang, 2005. – 242 p.
 18. Copley P. The Routledge Companion to Semiotics and Linguistics / Paul Copley. – Taylor & Francis e-Library, 2005. – 325 p.
 19. Heim M. The Metaphysics of Virtual Reality / M. Heim // Virtual Reality: Theory, Practice and Promise. – Westport, London : Meckler, 1991. – P. 27-33.
 20. Nardi B. A. Information Ecologies: Using Technology with Heart / B. A. Nardi. – Cambridge : MIT Press, 1999. – 283 p.
 21. Pimentel K. Virtual Reality: through the New Looking Glass / Pimentel K., Teixeira K. – New York : Intel/Windcrest/McGraw-Hill, Inc., 1993. – 301 p.
 22. Pullen K. Everybody's gotta love somebody, sometime: Online fan community / Pullen K. // Gauntlett D. Web.Studies / Gauntlett D., Horsley R. – 2nd ed. – New York, NY : Oxford University Press, 2004. – P. 80-91.
 23. Schroeder R. Possible Worlds. The Social Dynamic of Virtual Reality Technology / R. Schroeder. – Oxford: Westview Press, 1996. – 203 p.
 24. Shneiderman B. Human Needs and the New Computing Technologies / B. Shneiderman. – Cambridge : The MIT Press, 2002. – 270 p.
 25. Thomas A. Blurring and breaking through the boundaries of narrative, literacy, and identity in adolescent fan fiction / A. Thomas // A new literacies sampler. – New York : Peter Lang 2007. – P. 137-166.
 26. Wexelblat A. An auteur in the age of the Internet: JMS, Babylon 5, and the Net / Alan Wexelblat // Hop on pop: The politics and pleasures of popular culture. – Durham, NC : Duke University Press, 2003. – P. 209-226.

REFERENCES

1. Afanasieva V. V. Homo Virtualis: Psychological Characteristics / V. V. Afanasieva // Saratov University News. New Series. Series: Philosophy, Psychology, Pedagogy, 2010. – Vol.10 (2). – P. 59-64.
2. Bizyukova M. The cybersocialization is the process of the development of personality in the conditions of society [Electronic resource] / M. Bizyukova. – Access mode: http://cr-journal.ru/rus/journals/217.html&j_id=15
3. Braslavskiy P. I. The technology of virtual reality as a phenomenon of culture of the end of XX beginning — of the XXI centuries : dis. kand. kul'tur. nauk : 24.00.01 / Pavel Isaakovich Braslavskiy. – Ekaterinburg, 2003. – 163 p.
4. Goroshko E. I. Modern Internet communication: the structure and basic parameters / E. I. Goroshko // Internet communication as a new speech formation. – М. : Flinta, Nauka, 2012. – P. 9-52.
5. Dorot V. L. The explanatory Dictionary of the modern computer language / Vyacheslav Dorot, Fedor Novikov. – St. Petersburg : BHV-Petersburg Publ, 2004. – 608 p.
6. Ilin I.P. Postmodernism. Glossary of terms / I. P. Alin. – М. : Intrada MMI, 2001. – 382 p.
7. The concept of virtual worlds and scientific knowledge. – St. Petersburg : RHGI, 2000. – 320 p.
8. Korsuntsev I. G. The Legend of a Big Explosion of the Universe / I. G. Korsuntsev. – М. : IPK gossluzhbyi, Rossiyskoe filosofskoe obschestvo, 2002. – 79 p.
9. Kuznetsova M. O. Secondary discourse of the English modern massculture texts: monograph / M. O. Kuznetsova. – Zaporizhzhia : ZNTU, 2015. – 202 p.
10. Murtazina M. Sh. Education and virtual culture / Murtazina M. Sh. // Vestnyk ChytHU. – Chyta : ChytHU, 2009. – № 3 (54). – P. 213-217.
11. Nosov. N. A. Manifesto for Virtualistics / N. A. Nosov. – М. : Put Publ., 2001. – 17 p.
12. Selyutin A. A. Genres as form of online personality's communicative expressions / A. A. Selyutin // Bulletin of Chelyabinsk State University. Ser. Philology. History of art. – 2009. – Vol. 37, Iss. 35 (173). – P. 138-141.
13. Storozhuk S. V. The impact of virtual reality on self-actualization of teenagers: anthropological dimension / S. V. Storozhuk, Y. N. Goyan // Anthropological Measurements Of Philosophical Research. – 2016. – №. 9. – P. 17-28.
14. Taratuta E. E. Philosophy of virtual reality / E. E. Taratuta. – Spb. : SPbGhU, 2007. – 147 p.
15. Eco U. Missing structure. Introduction to semiology / U. Eco. – SPb. : ТОО ТК «Петрополис», 1998. – 432 p.

Virtual reality as a universal platform for the secondary multimodal discourse of English modern mass culture production M. O. Kuznetsova

Abstract. The article deals with the study of the phenomenon of virtuality. Virtual reality is considered as a universal communication platform and a unique communicative space, which is subject to certain specific and unavailable in the actual reality terms of communication. Research material is the modern mass culture text corpora – the Marvel Universe. Such characteristic features of the virtual communicative space as interactivity, polysemioticity, creativity and anonymity are analyzed as a key factor in the secondary multimodal discourse production in modern cyberspace.

Keywords: virtual reality, secondary multimodal discourse, interactivity, polysemioticity, creativity, anonymity.

Виртуальная реальность как универсальная платформа аранжирования вторичного мультимодального дискурса современной англоязычной массовой культуры М. А. Кузнецова

Аннотация. Статья посвящена исследованию феномена виртуальности. Виртуальную реальность рассмотрено как универсальную среду коммуникаций и уникальное коммуникативное пространство, которому присущи некоторые специфические и недоступные в актуальной реальности условия общения. На материале корпуса текстов «Вселенная Marvel» проанализированы такие характерные черты виртуального коммуникативного пространства, как: интерактивность, полисемiotичность, креативность и анонимность, которые выступают ключевым фактором аранжирования вторичного мультимодального дискурса в современном киберпространстве.

Ключевые слова: виртуальная реальность, вторичный мультимодальный дискурс, интерактивность, полисемiotичность, креативность, анонимность.