

4. Меськов В. С., Мамченко А. А. Мир информации как тринитарная модель Универсума. Постнеклассическая методология когнитивной деятельности / В. С. Меськов, А. А. Мамченко // Вопросы философии. – 2010. – № 5. – С. 57-68.
5. Нейсбит Д. Мегатренды / Д. Нейсбит. – М.: ООО «Издательство АСТ»: ЗАО НПП «Ермак», 2003. – 380 с.
6. Неклесса А. И. Трансмутация истории / А. И. Неклесса // Вопросы философии. – 2001. – № 3. – С. 58-71.
7. Оруджев З. М. Способ мышления эпохи: Философия прошлого / З. М. Оруджев. – М.: Едиториал УРСС, 2009. – 400 с.
8. Философия в современной культуре: новые перспективы (Материалы «Круглого стола») // Вопросы философии. – 2004. – № 4. – С. 3-57.
9. Фромм Э. Иметь или быть / Эрих Фромм; Пер. с англ. / Общ. ред. и посл. В. И. Добренъков. – М.: Прогресс, 1990. – 336 с.
10. Юнг К. Г. Сознательное и бессознательное / К. Г. Юнг. – СПб.: Алетейя, 1997. – 544 с.

Тикаева Юлия Ивановна, аспирантка кафедры философии и социологии Государственного учреждения «Южноукраинский национальный педагогический университет имени К. Д. Ушинского», Одесса

УДК: 004.946:316.3

СОЦИАЛЬНО – КОММУНИКАТИВНЫЕ СВОЙСТВА ВИРТУАЛЬНОЙ РЕАЛЬНОСТИ И ЕЕ ОБРАЗНЫЕ ЧЕРТЫ

В статье рассматриваются социально – коммуникативные свойства виртуальной реальности и выявляются ее образные черты на основании представлений о социальных функциях виртуальности. Обосновывается виртуально – образная коммуникативность социума с позиций утверждения нового социально – информационного пространства современности.

Ключевые слова: *социальное пространство, коммуникация, виртуальность, образ, интерактивность, виртуальное общество*

СОЦІАЛЬНО – КОМУНІКАТИВНІ ВЛАСТИВОСТІ ВІРТУАЛЬНОЇ РЕАЛЬНОСТІ ТА ЇЇ ОБРАЗНІ РИСИ

В статті розглядаються соціально – комунікативні властивості віртуальної реальності та виявляються її образні риси на основі уявлень про соціальні функції віртуальності. Обґрунтовується віртуально – образна комунікативність соціуму з позицій затвердження нового соціально – інформаційного простору суспільства.

Ключові слова: *соціальний простір, комунікація, віртуальність, образ, інтерактивність, віртуальне суспільство*

SOCIAL – COMMUNICATIVE PROPERTIES THE VIRTUAL REALITY AND ITS FIGURATIVE FEATURES

The article examines the socio - communicative properties of virtual reality and reveals its figurative features based on the perceptions of the social functions of virtuality. Substantiates virtually - shaped communicative society from the standpoint of the approval of the new socio - information space of modernity.

Keywords: *social space, communication, virtual, image, interactivity, virtual society*

Актуальность. Становление современной виртуальной реальности происходит в условиях определения ее социальнокультурного положения, которое обеспечивает ее продвижение, но и приводит не только к формированию структуры, но и к накоплению социально - информационно - культурной напряженности. Растущий мультикультурализм порождает новые возможности для продвижения виртуальной культуры, а социальные изменения сопровождаются предыдущей подготовкой ментальности к ним с целью одновременного выхода на планетарную социокультурную идентичность.

При этом характерно, что само общество под воздействием компьютерных технологий, продуцирующих виртуальную реальность, и сети Интернет претерпевает существенные изменения. Следует подчеркнуть, что феномен виртуальной реальности приобретает характер устойчивого

развития, своего рода доминанты современного общественного устройства. В силу этих обстоятельств все более активно выдвигается вопрос о закономерностях виртуализации общества, поскольку последняя ведёт к формированию и повсеместному распространению особого типа умонастроения и мироощущения, к возникновению виртуальной картины мира и соответствующей ей научной методологии.

В то же время стабильность общества обеспечивается наличием противоречивых за своим характером и направлением элементов культуры, даже оппозициями типа «порядок-хаос». Модель культурно сбалансированного общества — плюралистичная, разнообразная. Вместе с тем становление принципов нового этапа развития современной культуры связано с глобальным планетарным процессом «эстетического ренессанса».

Степень разработанности проблемы. Функционированию феноменов виртуальной реальности в различных сферах жизнедеятельности человека посвящены работы С. В. Аксёнова, С. В. Афониной, С. В. Бондаренко, О. И. Генисаретского, Н. И. Голика, Е. Б. Гузеева, И. Карачевой, Е. Н. Карташевой, И. В. Корневой, С. Э. Ласточкина, Н. А. Нагорной, А. А. Никитина, А. В. Петрова, В. Р. Роганова.

Исследование отдельных онтологических и связанных с ними антропологических и психологических особенностей компьютерной виртуальной реальности проводится в работах Н. Н. Алексеенко, О. Н. Астафьевой, В. С. Бабенко, Дж. П. Барлоу, Б. Беккера (B. Becker), И. В. Бурлакова, А. Е. Войскунского, В. В. Гудимова, С. Дацюка, В. Д. Емелина, А. Е. Жичкиной и Е. П. Белинской, М. Иванова, М. Б. Игнатъева, Е. Ковалевской, И. Кондратьева, С. Н. Коняева, М. Крюгера, Г. Кузнецова, М. М. Кузнецова, И. Купер, Т. Г. Лешкевич, В. Мазина и О. Туркиной, Г. П. Менчикова, И. А. Негодаева, В. Нестерова, М. Ю. Опенкова, С. И. Орехова, Д. А. Лоспелова, А. А. Родионова, В. М. Розина, Дж. Семпси, О. Б. Скородумовой, В. Ф. Спиридонова, Т. Д. Стерледевой, В. Тарасенко, Ч. Тарта, С. С. Хоружего, М. Хайма, Ф. Хэмита, В. Цветова, Д. И. Шапиро, Е. А. Шаповалова, У. Эко и др.

Кроме того, как отмечает Т. А. Кирик, интерес к проблеме виртуальной реальности стал связываться с возрождением в современной культуре и философии идей о множественности и конструируемости реальностей, в которых живет человек, и смещением акцента исследований реальности с вещиности, материальности на наблюдаемость, мыслимость, а также с проблемой снятия классической оппозиции реальное - идеальное (А. М. Анисов, В. А. Кутырев, В. А. Майер, Д. В. Пивоваров, В. М. Розин и др.) [1, с. 5].

Таким образом, социально - философское исследование специфики виртуальной реальности обусловлено необходимостью, с одной стороны, определения грани между виртуальной реальностью и феноменами, онтологически сходными с ней, с другой - выяснения сущностных характеристик виртуальной реальности, особенностей ее взаимодействия с человеком.

Цель исследования состоит в рассмотрении социально – коммуникативных свойств виртуальной реальности и выявлении ее образных черт на основании представлений о социальных функциях виртуальности. Обосновать виртуально – образная коммуникативность социума с позиций утверждения нового социально – информационного пространства современности.

Основной текст. В социокультурном подходе доминируют идеи развития личности через освоение общекультурных ценностей, понимания гармонии природы и человека. В известном смысле можно сказать, что ценность выражает способ существования личности. Причём разные ценности имеют для неё различное значение и с этим связана иерархия ценностей. Ощущение целостности творимого человеком мира порождает ценностную триаду «истина – добро – красота», реализуемую в плодах его деятельности: науке, искусстве, культуре, морали. Но сегодня в современных условиях глобализации массовая культура общества потребления разрушает это целостное сознание.

Наряду с понятием «информационное общество», - как пишет А. А. Бодров, в последние годы в нашу жизнь все прочнее входит термин «виртуальное сообщество». Однако, если информационное общество использует новые информационные технологии, прежде всего, для перестройки своей реальной общественной жизни, то приверженцами виртуального сообщества являются люди, серьезно перестроившие свою личную жизнь, переведя многие ее аспекты в ипостась виртуальной реальности [2, с. 5].

Черты новой культурной реальности, которые уже достаточно определились, необходимо подать хотя бы описательно. Это связано с радикальными изменениями, которые происходят в художественной культуре, в художественной жизни общества. Новые социально – творческие отношения складываются между основными участниками — субъектами этого процесса, между художником, творческими союзами, публикой, критикой, государством и общественностью. Виртуально - культурная

трансформація, яка триває в світовому суспільстві, пов'язана з появою і нових духовних потребностей, які були пробуджені рідущим інтересом до культури минулого, а також потоком нових культурних цінностей. Це дає особі імпульси для соціокультурного розвитку суспільства в цілому.

Достатньо очевидно, що основа мистецтва — художественний образ, світ мистецтва — це світ образів. Для кожної ж віртуальної реальності образ також є основним поняттям. Таким образом, можна говорити про те, що віртуальна реальність — це теж світ образів. Поняття образу є як би точкою перетину вивчення віртуальної реальності і мистецтва. Образ не може існувати в «пустому просторі», поза зорової оцінки. Це є та «інтерактивність», про яку говорять створювачі віртуальної реальності, характерна не тільки для комп'ютерних технологій, але і для будь-яких творів мистецтва — духовного творчості.

Духовність як соборність і відкритість свідомо — психічного світу людини також виступає як онтологічна характеристика, як властивість буття людини, обґрунтоване його (буття) надчутливою складністю. Виходячи за межі свого фізичного буття в світ віртуально — багатовимірних соціальних зв'язків, людина отримує здатність бачити межі соціального процесу, а стало бути, і нові можливості зв'язків з реальністю.

Про віртуалізацію застосовано до суспільства, за думкою А. А. Бодрова, можна говорити лише постольку, оскільки суспільство стає схожим на віртуальну реальність, то є може описуватися з допомогою тих же характеристик. Віртуалізація в такому випадку — це будь-яке заміщення реальності її симуляцією/образом — не обов'язково з допомогою комп'ютерної техніки, але обов'язково з використанням логіки віртуальної реальності [2, с. 15].

Відміння віртуальної реальності від об'єктивної дійсності, — підкреслює Л. Никитин, складає в тому, що вона включає в себе не процеси і відносини, які існують незалежно від волі і бажань людей, а різноманітні об'єктивовані (матеріалізовані) людські знання. Основні атрибути реального буття такі як: рух, простір, час — набувають в ній інші виміри і значення. Віртуальна реальність — це, як би, дійсна середовище з добре знайомими просторово-часовими відносинами і взаємозв'язками, але ці відносини і зв'язки позбавлені найважливішої частини своїх атрибутивних ознак. Інше вимір тут отримують і такі закономірні зв'язки як причина і наслідок, необхідність і випадковість, сутність і явлення, можливість і дійсність [3, с. 45].

Головною ж небезпечкою зіткнення з віртуальною реальністю є в тому, що вона втягує, приобщає людину до світу ілюзій, впливаючи на людську психіку, за деякими даними в сім разів сильніше найпотужніших наркотических засобів.

Віртуальна реальність не тільки знайомить людей з тими або іншими взаємовідносинами предметів і явищ матеріального світу, скільки формує їх уявлення про новий етап пізнання буття, впливаючи на психологію. До того ж віртуальна реальність не потребує критичного до неї ставлення, глибокого аналізу складових ситуацій. Тут не завжди потрібні теоретичні, професійні знання. Вона як би ковзає по поверхні, являючись предметом емпіричного, ситуативного мислення [3, с. 47 - 48].

Основні думки досліджень віртуальної реальності можуть бути виражені в наступних положеннях, зокрема у Т. А. Кирик:

Віртуальна реальність не має ніякого самостійного, самодовільного буття, буття самим собою. Вона потребує для свого буття носіїв, і зокрема людину. Віртуальна реальність завжди інспірується в свідомості людини деякими технологіями в широкому сенсі (включаючи і ігрові технології, і комп'ютерні технології). Віртуальна реальність, чим би вона не була інспірована, обмежується характером свого носія (або носіїв) — тієї реальності, «з якою» вона отримує буття.

Віртуальна реальність має наступними визначальними характеристиками: вона безпосередньо пов'язана з діяльністю свідомості людини, виникає завдяки взаємодії людини з якою-небудь іншою реальністю, зовнішньою по відношенню до неї (властивість породженості), з цим властивістю пов'язана адіафоричність віртуальної реальності. Віртуальна реальність існує, поки діє породжуюча реальність; людина, перебуваючи в віртуальній реальності, безпосередньо в ній бере участь або у неї створюється повне враження участі, при цьому він бачить все віртуально відбуваюче з своєї точки зору, головний учасник подій завжди він сам (властивість актуальності і інтерактивності). І, нарешті, в віртуальній реальності своє простір, час і закони існування (властивість автономності). Інші характеристики

виртуальной реальности, предложенные различными авторами, в конечном счете сводятся к перечисленным [1, с. 5].

Для компьютерных виртуальных реальностей характерны свобода включения в реальность, свобода субъекта от наличных социальных ролей, повторяемость, то, что виртуализатор не отвечает жизнью за действия в виртуальной реальности, не нарушается телесность. Эти же особенности мы отметили и при анализе игры.

В случае коммуникативной виртуальной реальности, пишет Т. А. Кирик, мы зафиксировали некоторые специфические особенности, не всегда характерные для других виртуальных реальностей - «растворенная телесность» и анонимность, неограниченная доступность контактов и размывание пространственных и культурных границ, возможность постоянной фиксации реальности, этическая, а не юридическая (в виде фиксированных норм, правил игры) обусловленность, индивидуализм [1, с. 35].

Социальная философия XX в. сфокусировала внимание на знаково-символических аспектах бытования человеческих предметов, на их способности представлять различные языки, формы культуры, социальности, знания, духовных связей. Так, например, русский экономист Н. А. Кондратьев говорил о человеческих предметах как воплощениях духовной культуры, как пространственно-образных репрезентациях социальных функций. К. Ясперс рассуждал о «шифрах» трансценденции, т.е. о символах невосприимчивых, сверхчувственных, объемлющих человеческое бытие связей, косвенным образом выявляемых предметами. Много было сказано о знаковости предметов в составе социальной реальности — структурализмом, в составе общественных отношений — символическим интеракционизмом [1, с. 100 - 104]. Социальная философия стремится соединить, казалось бы, несоединимые установки. Она критически относится к стандартам общеизвестной и традиционной науки. Она вводит в сферу своего рассмотрения такие стороны человеческого бытия — индивидуальность, качественность, сверхчувственные силы, связи, траектории действия людей, гипотетические комбинации, «поля» таких траекторий, — которые классическая наука оставляла без внимания или считала предметом вненаучных форм познания [1, с. 100 - 104].

Для осмысления коммуникативно-образных свойств виртуальности определим, что социальная коммуникация как коммуникативная деятельность людей обусловлена целым рядом социально значимых оценок, конкретных ситуаций, коммуникативных сфер и норм общения, принятых в данном обществе.

Термин «коммуникация» (лат. *communicatio* «делаю общим, связываю») появляется в научной литературе в начале XX века;. В настоящее время он имеет, по крайней мере, три интерпретации - понимается как а) средство связи любых объектов материального и духовного мира, б) общение - передача) информации от человека к человеку, в) передача и обмен информацией в обществе с целью воздействия на него. При этом, как пишет М. М. Назаров, усложнение систем управления в обществе привело к тому, что обострилась проблема качественной оценки социальной информации - ее актуальности, достоверности, полноты. Все это объясняет, почему для социальной коммуникации в равной степени важны все три компонента социальной информации - смысловой, сообщающий о социально значимой информации как таковой, оценочный, сообщающий об отношении говорящего к передаваемой информации, и ценностная ориентация, сообщающая об отношении к партнеру и/или к себе. Эти существенные характеристики социальной коммуникации находят отражение в высказываниях и дискурсах, имеют свои способы и средства выражения на различных уровнях коммуникации.

Смысловая информация является социально значимой категорией в том случае, когда она связана с социальными реалиями, с явлениями, которые представляют интерес для общества, социальных групп и индивидов в плане социальных отношений [5, с. 233 - 247].

Основными функциями коммуникации являются взаимодействие людей с целью сообщения и обмена информацией и воздействие на индивида или общество в целом в соответствии с определенной целью - установкой. Это положение является в большей степени аксиомой, добытой в ходе многочисленных эмпирических наблюдений и прикладных исследований, чем результатом теоретического обоснования. Механизм взаимодействия и особенно воздействия находится пока «за семью печатями». Именно поэтому для теории социальной коммуникации особое значение приобретает предварительное исследование и выявление ее частных функций с учетом разнородности коммуникативных средств и способов коммуникации.

Коммуникативная сфера понимается как социально обусловленная область коммуникативной деятельности человека, имеющая свои функции, определяемые коммуникативными потребностями - необходимостью сообщить или получить некоторую информацию. По своей природе коммуникативные

сферы тесно связаны с общественной деятельностью людей, в основе которой лежат духовные связи и производственная деятельность разнообразного характера. Коммуникативная сфера интегрирует целый ряд социально значимых характеристик коммуникации, таких как смысловая информация, социальный статус коммуникантов, их коммуникативные роли и степень мотивированности в обмене информацией. Она как бы прогнозирует способы выражения социальной дифференциации и вариативности коммуникации. Являясь существенной характеристикой социальной коммуникации, она имеет статус социологической доминанты. Коммуникативная сфера актуализируется в сложной коммуникативной единице - дискурсе. Особенностью коммуникативной сферы является ее динамичность - способность многократного изменения тематического поля дискурса в зависимости от мотивированности коммуникантов.

Количество и номенклатура коммуникативных сфер определяется социоэкономическим и культурным уровнями развития общества в данный исторический период. Имеющиеся типологии коммуникативных сфер различаются по степени детализации. Основным критерием выделения типов коммуникативных сфер является информационное (тематическое) поле дискурса, т.к. оно передает содержательную информацию о производственной и общественной деятельности коммуникантов, об их отношении к социальным ценностям. Вспомогательным критерием выступает способ и средства выражения этой информации. По данным критериям различаются следующие типовые коммуникативные сферы: обиходно-бытовая, деловая, научная, профессиональная и художественно-творческая. Эти коммуникативные сферы соотносятся с функционально-стилистическими особенностями языковых элементов, используемых в данной коммуникативной системе [5, с. 233 - 247].

Усложнение систем управления в обществе, подчеркивает М. М. Назаров, привело к тому, что обострилась проблема качественной оценки социальной информации - ее актуальности, достоверности, полноты. Все это объясняет, почему для социальной коммуникации в равной степени важны все три компонента социальной информации - смысловой, сообщающий о социально значимой информации как таковой, оценочный, сообщающий об отношении говорящего к передаваемой информации, и ценностная ориентация, сообщающая об отношении к партнеру и к себе. Эти существенные характеристики социальной коммуникации находят отражение в высказываниях и дискурсах, имеют свои способы и средства выражения на различных уровнях коммуникации.

Смысловая информация является социально значимой категорией в том случае, когда она связана с социальными реалиями, с явлениями, которые представляют интерес для общества, социальных групп и индивидов в плане социальных ценностей и проблем. Смысловую информацию можно определить как совокупность компонентов содержательного аспекта коммуникации, отражающего познавательную деятельность человека, которая мотивирована социальными интересами и потребностями индивида и общества и используется в целях регуляции социальных отношений [5, с. 233 - 247].

В целом, возможно выделить, что возникновение информационного общества, повлекшее за собой лавинообразный рост информации, явилось платформой возникновения виртуальной реальности в социально-гуманитарном и коммуникационном плане и послужило базой для построения теории виртуализации общества. Дальнейшее внедрение и использование в общественной жизни технологий виртуальной реальности, компьютерных, а также телекоммуникационных технологий и сетевого общения способствовали устойчивому внедрению метафоры виртуализации, как замещения реальных объектов симуляциями. В свою очередь, процесс виртуализации общества явился одной из основных предпосылок возникновения виртуальной картины мира. Можно выделить основные предпосылки возникновения виртуальной картины мира: а) создание технологий виртуальной реальности; б) возникновение информационного общества; в) виртуализация общества.

Современные компьютерные технологии влияют не только на сознание, но и на жизнь людей в целом. Специфичное восприятие окружающего мира характерно не только теперешнему «поколению Next», но всем поколениям «просвещённых» детей, во все века. «Люди книги» во все времена были не меньшим риском, «чем люди экрана». Особенности проявляются лишь в количестве иллюзий. Возможность «отыграть назад» не является продуктом исключительно «виртуальной реальности». Любая проективно думающая личность «опасна» моделированием ситуации, в которой есть место «отыгрыванию назад». Вопрос пониженного воображения будущих поколений – это не вопрос нейрофизиологии, а вопрос феноменологического направления философии. Любая рациональная деятельность обедняет «мир человека», очищая его от ярких эмоций, экстремальных событий и других «реальных феноменов». Типизации, анонимное и «интимное общение» с глазу на глаз – давно

известный предмет исследования социологии знания. Поэтому, я не разделяю опасения госпожи Гринфилд в силу их преувеличенности.

Полная картина виртуальности социального пространства, по мысли Н. А. Носова связана с тем, что для пользователей интернета (не только для сетевых юзеров, но в ещё большей степени для геймеров) характерно сужение временного горизонта внимания и мышления, фрагментация и сужение внимания, а также стремление к получению непосредственных удовольствий здесь и сейчас. (Это – результаты многих исследований, обобщённые профессором Гринфилд). Отсюда и вытекает «беспечное» поведение вследствие недостаточного учёта возможных последствий. Но это только одно из возможных объяснений тех закономерностей человеческого поведения, которые мы в социальных сетях наблюдаем. Об этом я и говорил профессору Гринфилд, задавая ей вопросы. Определённые особенности поведения пользователей социальных медиа действительно имеют место быть, и развиваются они закономерно. Вопрос в том, почему это происходит и в том, насколько эти изменения оказываются устойчивыми и долговременными. Когда пользователь долго пребывает в интернете (хотя бы несколько десятков минут), постепенно «погружается в виртуальную» реальность, то у него постепенно возникает так называемое особое состояние сознания. В этом состоянии человек действительно забывает об окружающей его реальности и начинает воспринимать виртуальную реальность обостренно и более живо, чем та, которая его окружает в офлайне. Проще говоря, он начинает верить в то, что виртуальная реальность реальна не в меньшей степени, чем обычная социальная. Оказывается, что в таком состоянии возникает возрастная регрессия - мозг взрослого человека переключается как бы в детский режим функционирования (а для ребёнка – в состояние, свойственное детям более раннего возраста). И тогда становится понятно, почему даже взрослый человек, пребывая долго в сети и общаясь в социальных медиа, ведёт себя по-детски. Вспомним перечисленные особенности поведения юзеров: безрассудность и беспечность, стремление к непосредственному получению удовольствий, преобладание чувственного опыта над рациональностью и так называемый краткосрочный гедонизм, то есть стремление получать удовольствия здесь и сейчас, не задумываясь о долгосрочных целях и возможной отсроченной цене таких удовольствий. Всё это - характерные черты психики и поведения ребёнка, отличающие его от взрослого человека. Однако такое «детское» состояние мозга продолжается ровно столько, сколько пользователь пребывает в сети. А когда он из неё выходит, то дальнейшее зависит от того, насколько разумным, серьёзным и ответственным человеком конкретный интернет-пользователь является в обычной своей офлайновой жизни. Для людей зрелых и социально адаптированных, кратковременное погружение в интернет и возвращение в детское состояние оказывается способом разгрузки и отдыха, эмоциональной разрядки и снятия стресса, восполнения дефицита эмоционального общения, с которым они сталкиваются в повседневной жизни, а также повышения креативности. И побывав в таком детском состоянии, человек возвращается обратно в своё взрослое состояние, оставаясь не менее личностно зрелым, чем он был ранее – можно сказать, оставляя остатки детства в Интернете [6].

Выводы. На основании исследования сделаем следующие выводы:

- За термином «виртуальная реальность» скрывается процесс, организованность, развернутость в пространстве и во времени человеческих деятельных сил, их кристаллизации в формах предметности, их функционирование в виде социальных связей, их «композиции», закрепляющиеся в разных культурных и социальных институтах.

- В виртуально - предметном саморазвитии человек оказывается способным понять, что он не является «мерой всех вещей», что многогранность вещей, раскрывающаяся в потоке переплетенных человеческих деятельностей, этим потоком не исчерпывается, что именно понимание границ деятельности, т.е. своих границ, оставляет человеку возможность углублять свои контакты с миром.

- Духовность как собранность и открытость сознательно-психического мира человека также выступает как онтологическая характеристика, как свойство бытия человека, обоснованное его (бытия) сверхчувственной сложностью. Выходя за границы своего физического бытия в мир виртуально - многомерных социальных связей, человек обретает способность видеть иные грани социального процесса, а стало быть, и новые возможности связей с обыденной реальностью.

- Если максимально отвлечься от конкретных теоретических подходов и авторских позиций, то можно выделить следующие общие характеристики виртуальности: виртуальность «растормаживает» многие запреты, которые ограничивают человека в повседневной жизни, так как создает иллюзию анонимности, виртуальность размывает идентичность человека, усиливая диссоциативные силы, угрожающие целостности человеческой личности. Физическое тело и его пять ощущений не играют решающей роли в виртуальной реальности. Чувство линейного прошлого, настоящего и будущего

становиться неясним, человек в виртуальности может создавать множество своих персонализированных проекций – аватаров, и это, с точки зрения психологии, не случайно. Взаимодействие человека и его аватаров – это особый тип психической динамики. Аватары являются различными проявлениями одной и той же личности, отражая её подсознательные влечения и страхи, опыт человека в виртуальной реальности очень похож на тот опыт, который мы приобретаем в мире собственной мечты, он сюрреалистичен, большая часть сегментов виртуальной реальности рассчитана на постоянное стимулирование непроизвольного внимания: яркие баннеры, ссылки, анимация и т. п. Это создает сильный «затаскивающий» эффект и тормозит механизмы произвольной (волевой) регуляции. При этом, многое в виртуальной реальности рассчитано на то, чтобы безвольный, апатичный, бескультурный человек чувствовал там себя комфортно и ни разу за часы пребывания не ощутил бы свою недостаточность.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Кирик Т. А. Виртуальная реальность: сущность, критерии, типология / Татьяна Анатольевна Кирик: дис. ... канд. филос. наук: 09.00.01. - Омск, 2004. - 165 с.
2. Бодров А. А. Виртуальная реальность как когнитивный и социокультурный феномен / Александр Алексеевич Бодров: Диссерт... на соиск. начн. степени доктора филос. наук - специальность: Онтология и теория познания- 09.00.01. – Самара, 2007. – 293 с.
3. Нікітін Л. Віртуальна реальність як соціальне явище / Л. Нікітін // Філософська думка. - 1999. -№6. - С. 43-57.
4. Кондратьев Н. А. Основные проблемы экономической статистики и динамики / Кондратьев Н. А. // Социо-Логос. - М., 1991. С. 100 — 104.
5. Назаров М. М. Массовые коммуникации и виртуализация социального пространства в современном обществе / М. М. Назаров // Социально-гуманитарные знания. - 2001. -№1. - С. 233-247.
6. Носов Н. А. Виртуальная реальность / Н. А. Носов // Вопросы философии. – 1999. - № 10.

Тимохов Александр Володимирович, кандидат філософських наук, викладач кафедри графіки та дизайну Державного закладу «Південноукраїнський національний педагогічний університет імені К. Д. Ушинського»

УДК: 10031+7.01+003.62

РОЛЬ ТВОРЧИХ МОЖЛИВОСТЕЙ ОСОБИСТОСТІ У ФОРМУВАННІ ПАНОРАМНОГО МИСЛЕННЯ

У статті розглядаються та аналізуються складові елементи сфери творчих можливостей особистості в контексті їх впливу на формування панорамного мислення.

Ключові слова: творчість, творчі можливості, особистість, панорамне мислення

РОЛЬ ТВОРЧЕСКИХ ВОЗМОЖНОСТЕЙ ЛИЧНОСТИ В ФОРМИРОВАНИИ ПАНОРАМНОГО МЫШЛЕНИЯ

В статье рассматриваются и анализируются составные элементы сферы творческих возможностей личности в контексте их влияния на формирование панорамного мышления.

Ключевые слова: творчество, творческие возможности, личность, панорамное мышление

THE ROLE OF CREATIVE POSSIBILITIES OF PERSONALITY IN FORMATION OF PANORAMIC THOUGHT

The component elements of sphere of creative possibilities of individual in the context of their influence on forming of panoramic thought are considered in the article and is analysed.

Keywords: creation, creative possibilities, individual, panoramic thought

Панорамне мислення – спосіб мислення, в процесі якого відбувається подолання еволюційної обтяженої людського менталітету – вузькості поля свідомості й пов'язаних із цим інстинктивних, несвідомих та підсвідомих проявів ментальності, тобто того, що здатне негативно відбитися на якості мислення і на його результатах.

Панорамне мислення може вважатися терміном, що включає мислення інших типів, в масі людей не властивих – таких як системне, латеральне, нестандартне, об'ємне, проривне, масштабне, повного