

УДК 316.325:1(091)

Я.В. Любимий

ПРОБЛЕМА ВІРТУАЛІЗАЦІЇ ІНФОРМАЦІЙНОГО СУСПІЛЬСТВА

Інститут філософії імені Г.С.Сковороди

Анотація. У дослідженні базової характеристики сучасного інформаційного суспільства – віртуалізації – постійно виявляються її нові риси, оскільки безперервно оновлюється саме це суспільство. Віртуальна реальність стає невід’ємною стороною технологічних, економічних, політичних, соціально-організаційних та інших суспільно значущих процесів. Застосування поняття віртуальної реальності поширюється на такі феномени як «віртуальний уряд», «віртуальний банк», «віртуальні гроші», «дистанційне навчання», «віртуальна політика», «віртуальна економіка», а також «віртуальне суспільство» як таке. Інтернет-комунікація, з одного боку знімає деякі бар’єри, що можуть виникнути в особистісній комунікації віч-на-віч, а отже, полегшує її, а з другого – знижує рівень відповідальності за зміст комунікації, а тому деіндивідуалізує її. Разом з тим, інтернет-комунікація надає особам широкий спектр соціальної підтримки, якої вони потребують, включаючи, окрім іншого, інтернет-дискусії та інтернет-форуми з різноманітних соціальних та екзистенційних питань. Гуманістично орієнтована мобільна комунікація з віддаленим абонентом як правило гуманізує й суспільний простір навколо тут-присутнього комуніканта. Загалом же, віртуальна комунікація сприяє формуванню не лише загальнонаціональних, але й глобальних рухів за справедливість у різних сферах суспільного життя, приводить до позитивних змін у житті суспільства.

Ключові слова: Інтернет, інформаційне суспільство, інтернет-комунікація, віртуалізація, віртуальна реальність.

Вступ

Феномен віртуальної реальності охоплює багато аспектів: інформаційний, гносеолого-феноменологічний, світоглядно-екзистенціальний, естетико-комунікативний. Однак найбільш пов’язаним із повсякденним практичним життям є соціально-філософський аспект, який розкриває найрізноманітніші аспекти суспільного життя і суттєво впливає на характер суспільних відносин. Комп’ютерно-інформаційні технології не тільки визначають науково-технічний прогрес в сфері виробництва, але й кардинально впливають на самоорганізацію суспільних процесів, й висококваліфіковане соціальне управління. Інформаційні технології впливають на міжособистісні відносини та різноманітні форми комунікації і, навіть, суттєво трансформують ці форми у різних секторах суспільної діяльності: освіті, політиці, медицині, мистецтві, законодавстві, рекламі, управлінні та бізнесі. Нормальна суспільна життєдіяльність сьогодні вже сприймається неможливою, позбавленою розвитку та конкурентоздатності без цих технологій.

Виходячи із зазначеного дослідження, якою мірою електронні технології впливають на поведінку людей, на досвід міжособистісних відносин, комунікацію, соціальний контроль, участь або відсторонення індивідів від прийняття соціально значущих рішень, соціальні зв’язки, довіру між ними та ідентичність.

Основна частина

В сучасній соціальній філософії назріває проблема значення інформаційних технологій у становленні віртуального суспільства. С.Вулгар вважає, що інформаційні технології роблять можливою комунікацію через комп’ютер, замінюючи спілкування віч-на-віч; у віртуальному світі, де уявне замінює реальне, люди можуть проводити стільки часу, скільки вони вважатимуть за потрібне, а відстань у такому разі стає несуттєвою; для соціальної і психологічної взаємодії, економічних трансакцій та політичних відносин фізична присутність стає не обов’язковою [7, 2].

Поняття «віртуального» суспільства тісно пов’язане також із поняттями «інформаційного», «глобального», «дистанційованого», «клавішного» («digital»), «електронного», «кібер-», «теле-» та ін-

шими епітетами, які ми можемо використати для характеристики тієї чи іншої сфери діяльності або соціального інституту; останніми роками з’явилося багато різних соціальних явищ, пов’язаних із віртуалізацією: «електронний магазин», «інформаційне суспільство», «електронний уряд» («e-government»), «дистанційне навчання», «електронні гроші», «електронні банківські операції» («digital banking»), «робота на відстані з використанням оптичних сенсорів» («tele-working») тощо; саме віртуальне суспільство як таке сприймається як протилежне, контрверсійне реальному суспільству [7, 3]. Віртуальне – це таке, що протистоїть реальному стану справ, якщо реальне – це щось стабільне, то віртуальне, навпаки, є нестабільним і нестійким.

Проте, вихідною точкою відліку при аналізі віртуального суспільства, на нашу думку, має бути не прогресистський технократичний підхід до його аналізу, а аналіз того, як інформаційні технологічні новації вписуються у реальні, вже існуючі суспільні відносини у певний спосіб модифікують останні. Аналогічної позиції дотримується і С.Вулгар [7, 12]. Він пропонує п’ять правил, якими треба користуватися при дослідженні віртуального суспільства. По-перше, розуміння (uptake) і використання нових технологій залежить головним чином від локального соціального контексту. Під соціальним контекстом, на думку С.Вулгара, слід розуміти координацію очікувань і бачень (visions) між різними розробниками інформаційних технологій і різними користувачами, а також між користувачами та некористувачами цих технологій [7, 14, 15]. По-друге, острахи та ризики, що пов’язані з технологіями, соціально розподілені нерівномірно; до острахів та ризиків тут слід віднести очікування, турботи, ентузіазм і т. ін. [7, 15]. По-третє, віртуальні технології доповнюють, а не заміщують реальну діяльність [7, 16]. Інформаційні засоби використовуються у повсякденній діяльності людей, і це використання має бути ефективним, а не відірваним від процесів життєдіяльності, в іншому разі вони будуть виконувати лише функцію втечі від дійсності. В той же час електронні засоби комунікації, зокрема інтернет, сприяють формуванню цільових груп, що мають намір взяти участь у певній соціальній діяльності, що самоорганізується низу.

По-четверте, чим більше віртуального, тим більше реального [7, 17], тобто, чим більшою мірою використовуються інформаційні технології, тим більший вплив вони справляють на реальне життя людей. Люди все більше встановлюють необхідні бізнесові, мистецькі, спортивні, туристичні, особистісні тощо контакти між собою за допомогою інтернет, що стимулює більшу кількість живих контактів між ними. Зростання інтернет-контактів у світі у зв'язку з поширенням мережі інтернет призвело і до значного зростання авіаційного та за допомогою інших транспортних засобів переміщень людей, що фіксується статистично. По-п'яте, правило: «чим більш глобальне, тим більш локальне» [7, 19] фіксує зниження відстані між комунікантами, а також те, що входить у глобальні цінності, норми, параметри можна лише спираючись на локальні умови існування індивідів; зусилля по уникненню місцевого контексту і трансцендуванню до глобальної ідентичності залежить від специфічно місцевих шляхів і можливостей управління технологіями.

Д.М.П.Сван та Т.П.Уотс пропонують починати визначення віртуальної реальності виходячи з самої себе, тобто в термінології інформатики. Вони вважають, що віртуальна реальність конституюється у тривимірному просторі та реальному часі як інтуїтивна та інтерактивна, на відміну від комп'ютерної графіки та анімації, що реалізуються не в реальному часі [5, 54]. Хоча деякі дослідники розширюють феномен віртуальної реальності до неінтуїтивної та такої, що існує лише теоретично, і не обов'язково відбувається у реальному часі, а також вимагає лише плоского монітора персонального комп'ютера; інші дослідники, навпаки занадто звужують поняття віртуальної реальності, і вважають, що вона неможлива без повного занурення в неї з використанням шолому, управляючих рукавиць тощо; існує ще і прагматичний підхід до віртуальної реальності, підтримуваної тими, хто веде бізнес через інтернет, згідно з яким не обов'язково має бути занурення у віртуальну реальність з використанням повного набору згадуваних вище аксесуарів, достатньо лише персонального комп'ютера з монітором, клавіатурою та «просторовою мишою»; однак немає абсолютного визначення віртуальної реальності, – це визначення має бути збалансованим [5, 54,55]. Концепції, що досліджують сутність віртуальної реальності та пропонують різноманітні визначення, розкривають різні сторони цього феномену і багато з них розкривають свою частку істини; збалансоване поєднання їх дає більш-менш повне розуміння віртуальної реальності.

В сучасній соціальній філософії досліджується вплив віртуальної комунікації через інтернет на суспільні відносини. Зокрема досліджується відмінність інтернет-комунікації від повсякденної комунікації вічна-віч. Так, С.Е.Уатт, М.Леа та Р.Спірс вважають, що інтернет-комунікація соціально є збідненою у порівнянні з комунікацією вічна-віч; при такій комунікації треба враховувати широту та обсяги каналів комунікації та концепцію деіндивідуалізації [6, 62]. Широта каналу міжособистісної комунікації через мережу інтернет буде меншою, ніж у спілкуванні вічна-віч, оскільки в останньому відбувається безпосереднє сприйняття людини людиною на рівні насам-

перед довербальному та підсвідомо-кінестезичному у вигляді взаємних не лише соціально-культурних, але й фізіолого-біологічних реакцій на взаємну присутність та дії. Інтернет-спілкування, в якому якщо навіть і використовується відео- та інші пристрої, звужує безпосередній контакт людей, особливо незнайомих. В цьому є як позитивні, так і негативні сторони. Позитивним є те, що анонімність інтернет-комунікації приховує соціально-статусні відмінності людей, їх расові, вікові, гендерні особливості, що можуть викликати, хоча, можливо, і гіпотетично, деякі напруження між ними при безпосередньому контакті [6, 63]. Негативним є те, що у такій комунікації відбувається деіндивідуалізація особистостей; люди стають більш конформними щодо вироблених у результаті такої комунікації рішень. Тут може виникати ефект натовпу, коли кожний окремий індивід не погодився б (за деякими виключеннями) сам на певні антисоціальні та антинормативні дії, але у натовпі, у великій масі таких самих як і він індивідів, він може дозволити собі колективну безвідповідальність. Хоча інтернет-спілкування і не має такого ефекту психологічного зараження, як у натовпі, внаслідок відсутності безпосереднього контакту осіб, в інтернет-форумах можуть виникати досить радикальні ідеї і заклики до насильницьких дій, оскільки послаблюється індивідуальна відповідальність. С.Уатт, М.Леа та Р.Спірс наводять приклад діяльності ку-клукс-клана, коли уніформа із закритими обличчями знижує особисту відповідальність кожного за прийняті рішення, котрі можуть бути досить жорстокими [6, 66]. Перебіг процесу інтернет-спілкування впливає на ідентичність особистості не тільки у плані відслідковування нею власної totoжності у часі та самокатегоризації, але й у ототожненні себе з групою, внаслідок чого відбувається деіндивідуалізація, особа стає схильною до конформної поведінки [6, 70]. Однак це не означає, що інтернет-комунікація є менш соціальною та менш регульованою соціальною комунікацією, оскільки віртуальна взаємодія та комунікація за посередництвом комп'ютера є такою ж реальною як і взаємодія вічна-віч; і хоча здається, що інтернет позбавлений центральної регуляції, він є підкреслено соціальним, керованим з боку інтернет-співтовариства та соціальних норм. Інтернет є засобом групової комунікації і він є посередником у спілкуванні [6, 77].

Індивіди, що спілкуються через інтернет можуть іноді не усвідомлювати ту багатоманітність соціальних зв'язків, в які вони включені і, відповідно, акцентувати власну увагу на технологічній стороні взаємодії. Проте, комунікація за допомогою інтернет не є чимось менш складним, ніж соціальна комунікація як така, і вона є складовою частиною всієї соціальної комунікації та взаємодії.

Важливою функцією інтернету є віртуальна соціальна підтримка, необхідність якої виникає, коли людина потрапляє в стресову соціальну ситуацію. С.Нетлтон, Н.Пліз, Р.Бароуз, С.Мансер та Б.Лоудер вважають, що існує щільна взаємозалежність між рівнем соціального капіталу та соціальною підтримкою, з одного боку, та рівнем здоров'я та соціального благополуччя, з іншого; соціальна підтримка полягає у соціальному контролі, підтримці соціального статусу, посиленні включення людини у соціальні

зв'язки, соціальної солідарності, емоційній підтримці самооцінки людини, почутті онтологічної безпеки (felling of ontological insecurity), допомозі у підтриманні фізичного та психологічного здоров'я, рекреації та дозвіллі; соціальна підтримка реалізується віртуальним співтовариством методами інформаційної підтримки через інтернет-дискусії, інтернет-форуми, атмосферою соціальної співдружності та співтовариства, інструментальної підтримки тощо [4, 176,178,179]. Різноманітна віртуальна соціальна підтримка може реалізуватися не лише в межах якогось регіону чи окремої країни, а й у межах всього глобального співтовариства, оскільки глобальне віртуальне інтернет-середовище є значною мірою дружнім; тому багато людей доповнюють своє реальне життя життям віртуальним, а межі між реальним та віртуальним взаємно трансцендують. Разом з тим, слід зазначити, що в у віртуальному середовищі можуть бути і антисоціальні сегменти, прояви психологічної хворобливості, втрат тощо. Заважає повноцінному віртуальному спілкуванню також засілка реклами [4, 186,187].

Соціальна підтримка у віртуальному середовищі, як вважає Г.Купер, є не тільки морально-заохочуване та соціально позитивно оцінюване явище, а є ще і виразом об'єктивного процесу рефлексивної модернізації в умовах прискорення процесів глобалізації, детрадиціоналізації та індивідуалізації сучасних суспільних відносин, з одного боку, та інтернетизації світу – з іншого [3, 177].

Певним доповненням та продовженням віртуальної комунікації є мобільна комунікація за допомогою мобільних телефонів, яка у сучасному світі навіть більш поширена, ніж інтернет. Спочатку мобільний зв'язок був лише телефонним, але згодом з'явився і мобільний інтернет; комп'ютер у вигляді нетбука та мобільного смартфона став лише продовженням стаціонарної комп'ютерної мережі у її бездротовому варіанті. Тому з'являється ще один, новий смисл поняття мобільного суспільства, не тільки як такого, що відрізняється масовими переміщеннями індивідів з одного соціального прошарку до іншого, але й як такого, де відстань між комунікантами практично зникає, вони можуть у будь-який час миттєво зв'язатися один з одним, або одночасно спілкуватися декілька осіб. Але тут поняття віртуального суспільства набуває декількох значень. У класичному розумінні віртуальне суспільство – це таке суспільство, яке не повністю себе реалізувало і існує у сфері можливості стати реальним суспільством. Однак можливість (potentiality) є нічим іншим як простим поняттям. Чисто віртуальне суспільство є логічно нічим іншим як суцільно химеричним, а (не-віртуальне) суспільство є солідним та самоочевидним. Загалом можна зіставити дві групи понять: технічне/потенціальне/віртуальне/теоретичне, з одного боку, і соціальне/актуальне/реальне/емпіричне – з іншого [3, 287]. У неklasичному, сучасному розумінні віртуальне суспільство – це таке суспільство, в якому використовуються комп'ютерні віртуальні моделі дійсних явищ та процесів для розв'язання виробничих, проектних, навчальних, тренажерних, економічних, соціальних та інших завдань, що значною мірою впливає на характер суспільних відносин та перебіг соціальних процесів. Мобільне суспільст-

во є певним доповненням та аспектом віртуального суспільства. Мобільна комунікація створює нову форму асоціації або співтовариства, яка суттєво відрізняється від соціальної взаємодії віч-на-віч. Особливості мобільної стратегії комунікації полягають у тому, що стає неважливим місце знаходження комунікантів для здійснення самого процесу комунікації; спілкування за допомогою телефону виявляється настільки природним, що про технологію, що опосередковує цей процес, часто забувають. Те, що досягається у цьому новому соціо-технічному світі, можна назвати віртуальним та повсякденним життям, яке включає в себе багато чинників: практичні виміри виробничого процесу, відносини між різними соціальними гравцями (виробниками, операторами, обслуговуючими та контентними провайдерами), економіку та регуляторний контекст, простоту використовуваних засобів, культурні та символічні значення, яких вони потребують у різних соціальних контекстах, а також норм прийнятного використання та соціальних зобов'язань, що походять з цього. Цей вид комунікації характеризується як віддаленістю, так і співприсутністю (remote and co-presence) [3, 289].

У мобільному суспільстві змінюється характер співвідношення приватного та публічного. До виникнення мобільного зв'язку у суспільстві існувала відчутна дихотомія приватного та публічного: в колі сім'ї, у спілкуванні з рідними та близькими, друзями та знайомими людина реалізує власне приватне життя. У публічних місцях, наприклад по дорозі з роботи додому, людина опиняється серед незнайомих людей, на яких не прийнят дивитися занадто пильно; занадто пильний погляд передбачає, що необхідно розпочати розмову. Людина повинна проявляти до незнайомих ввічливу неуважність (civil inattention), як зазначав І.Гофман; ввічлива неуважність означає відведення від людини занадто пильного погляду, якщо у даний момент ви не розмовляєте з нею; у публічних місцях люди уникають взаємного пильного погляду [3, 290]. У сучасному ж мобільному суспільстві це протиставлення приватного та публічного життя згладжується тим, що людина, знаходячись у відчуженому натовпі, може будь-якої миті вступати у спілкування з членами сім'ї, рідними, друзями та доброзичливими знайомими. Чуючи тональність розмови та її уривки, люди, що знаходяться біля особи, що розмовляє по мобільному телефону, часто-густо ставляться до неї скоріше позитивно, ніж негативно, але і самі можуть бути у мобільному зв'язку зі своїми рідними, близькими та знайомими. Інакше кажучи, мобільне суспільство є більш гуманізованим та менш відчуженим, ніж те, що безпосередньо передувало йому. У такому мобільному спілкуванні реалізується співприсутність не тільки рідних та близьких, з якими особа спілкується цілеспрямовано, хоча і на певному віддаленні, але й непряма, здебільшого доброзичлива, співприсутність інших у даному ситуативному фізичному просторі [3, 291]. Пильний погляд означає, окрім іншого, соціальний контроль над поведінкою людей; взаємні погляди осіб слугують регулятором їхньої соціальної поведінки. Використання телефонів дає можливість особам у публічному просторі і утримувати дистанцію, і бути водночас співприсутніми [3, 292]. Крім того, мобільний смартфон створює при-

ватний простір ще і таким чином, що особа може слухати музику на вмонтованому на ньому аудіоплейєрі, грати в ігри, дивитися фільми, віднаходити потрібну ділову та розважальну інформацію в інтернеті тощо. Розмовляючи по мобільному телефону, людина жестами та рухами власного тіла створює певний приватний простір у ситуативному фізичному просторі під час розмови з віддаленим родичем, знайомим чи партнером.

Ще один ефект мобільного суспільства полягає в тому, що людина не прив'язана до робочого місця, а як кочівник вирішує ділові питання по мобільному телефону, переміщуючись у соціальному просторі, роблячи свою роботу приватною справою [3, 295].

Зростання значення віддаленої комунікації та інформації означає втрату зв'язку з оточуючим фізичним середовищем, і водночас контекстуалізацію як рису розмови: запитання «де ти зараз?» чи повідомлення «я зараз в маршрутці» створює певний ситуативний контекст тієї чи іншої комунікації.

Аналіз мобільної комунікації показує, що поняття віртуального є співвідносним, і його не слід відносити то на одну сторону комунікації, що стосується віддаленого у просторі комуніканта, оскільки саме з ним у основного комуніканта існують дуже міцні соціальні зв'язки, то на іншу, оскільки ці випадкові комуніканти вже не утворюють відчужене соціальне середовище, вони співприсутні з основним комунікантом і, в той же час, втягнуті у власні мережі мобільної комунікації. У такому разі віртуальне – це не те, що знаходиться на якійсь з двох сторін, а являє собою перехід з однієї сторони комунікації на іншу і навпаки [3, 301].

Ефекти феномену віртуальної реальності в добу постмодерну набувають додаткових конотацій, що дозволяє казати про явище віртуалізації суспільства як симуляції у добу Постмодерну. Російський дослідник Д.В.Іванов вважає, що поряд з такими важливими соціальними змінами як модернізація та глобалізація, останніми роками все більше помітними стають явища віртуалізації суспільства. Віртуалізація суспільства полягає насамперед в тому, що соціальні інститути, що сприймалися в добу модерну як міцні й непорушні, в добу постмодерну починають сприйматися як ефемерні, плінні й нестабільні; у індивідів виникає прагнення звільнитися від модерністських цінностей уречевлених в соціальних інститутах [2, 28,29,30]. Реалізація модерністських цінностей почалася з оформлення ідей Просвітництва у вигляді загальноприйнятих соціальних норм в період Великої Французької революції та невдовзі після неї протягом кількох десятиліть. Ідеї гуманізму переформульовані у політичні гасла Свободи, Рівності та Братерства мали стати надбанням всіх громадян завдяки суспільному прогресу, розвитку індустріальної економічної системи, секуляризації суспільних відносин, становлення демократії через рівне виборче право, спочатку для чоловіків, а згодом для жінок і молоді. Мистецтво, наука та освіта перестали бути привілеєм небагатьох обраних і стали доступними всім громадянам. Разом з тим, для втілення ідей Свободи й Прогресу і ствердження соціальної рівності, необхідно було налагодити раціональні механізми соціальних інститутів як засобів мобілізації мас, що спрацьовували б чітко, а

подекуди й примусово; розгалуження соціальних інститутів означає, водночас, що відбувається процес соціальної диференціації. Економічні інститути забезпечують створення, розподіл та використання багатств, політичні визначають правила боротьби за владу з метою управління ресурсами. Вся сукупність цих явищ та процесів модернізації засвідчує перехід від традиційного до сучасного суспільства.

Напевно, що реалізація цінностей модерну до стану повної їх вичерпності у повсякденному житті великої кількості людей в розвинених країнах світу призвела до втрати ними актуальності та їх ефемеризації у добу Постмодерну – в останній третині ХХ – початку ХХІ ст.ст. Суспільство поступово перетворюється на конгломерат різноманітних меншин з особливостями стилю життя та споживання кожної з них; споживацтво стає основною життєвою орієнтацією переважної більшості людей. Антивоєнні, екологічні та правозахисні рухи сегментизують суспільство на конгломерат електоральних меншин, кожна з яких обстоює право на власний спосіб та стиль життя. Мультикультуралізм у повсякденному житті призводить до теоретичної мультипарадигмальності соціальних концепцій та теорій. Інституціональне відчуження та екологічні загрози викликають сумніви у позитивному значенні модерністських цінностей та самого прогресу як такого. Емансипація індивіда відбулася, але результати виявилися такими, що викликають розчарування. У зв'язку з цим знижується мобілізуюча та мотивуюча сила соціальних інститутів, зростає недовіра до корпорацій та держави. Багатоманітні фрагментовані соціальні рухи поєднуються з інертністю мас.

Як вважає Д.В.Іванов, основні підсистеми суспільства – політика, економіка, наука, культура – виявилися не властивостями речей та дій, а лише ставленням до них як до життєво важливих або неістотних, простими рубрифікаціями. Використовуючи конценцію симуляції Ж.Бодріяра, Д.В. Іванов вважає, що таке перетворення структури суспільства на ціннісні рубрифікації означає розречевлення суспільства, воно стає ефемерним, абсурдним, ірреальним, але все одно продовжує існувати; симуляція є продовженням Модерну після його завершення, метафора розречевлення – це і є віртуальна реальність [1, 21,22 та ін.]. Віртуальна реальність – це взаємодія не з речами, а з їхніми симуляціями [2, 31,32 та ін.]. Якщо Модерн – це уречевлена інституційна структура, то в добу Постмодерну індивід занурюється у віртуальну реальність симуляцій і сприймає світ як ігрове середовище, усвідомлюючи її умовність, керованість її параметрів та можливість виходу з неї [2, 34 та ін.]. І це проявляється в економіці, політиці, науці, мистецтві, сімейному житті.

В сучасному суспільстві автоматизація виробництва досягла такого рівня, що стрімко зменшується кількість осіб, зайнятих у виробництві, але швидко розширюється сфера обслуговування, торгівлі та маркетингу. Головною стає проблема не виробництва, а реалізації готової продукції. Тому основа ціноутворення продукції переміщується зі сфер виробництва, обміну та навіть споживання у сферу реклами та маркетингу: пропонується для реалізації не стільки товар, скільки створений рекламою споживчий образ товару (чи послуги). Крім того, вартість

товару залежить від статусу виробника, що втілюється у товарному знаку, на якому позначено бренд фірми-виробника. Сам цей бренд може мати вартість більшу, ніж усе інше її матеріальне устаткування та фінансові активи. Отже головним стає виробництво не самої речі, а образу речі; сільське господарство та обробна промисловість стають малорентабельними галузями; основний прибуток створюється у сфері виробництва образу товару [2, 37]. Це часто-густо призводить і до симуляції інновацій, і до симуляції самої праці; хоча це не відмінняє традиційної калькуляції на основі теорії трудової вартості витрат виробництва. Імідж фірми, корпоративний образ та офісний дизайн стають важливою складовою вартості продукції. У зв'язку з цим на біржах вже торгують не фьючересними очікуваннями, як це було заведено в добу модерну, а іміджами торгових марок. В рекламуванні ж товарів головним чинником, що приносить прибуток, виявляється не інформація про їхні дійсні якості, а створення образу, який мобілізує привабливі контекстуальні сюжети їх використання (споживання) [2, 37,38].

У політиці постмодерного віртуалізованого суспільства боротьба програм політичних партій замінюється боротьбою іміджей (образів) політиків за більший рейтинг. Ілюзія ротації влади створюється внаслідок зміни публічних політиків; проте зміна чиновників з бюрократичного апарату влади насправді майже не відбувається. Як зазначає Д.В.Іванов, диференціація деполітизованих професійних управлінців та носіїв іміджу – публічних політиків є очевидним смптомом віртуалізації головних інститутів народовладдя – виборів і, власне, самої держави; інший симптом віртуалізації – заміщення апеляцій до громадської думки маніпуляціями з рейтингами. Рейтинги спираються на вибіркове опитування, коли респонденти погоджуються з варіантами думок, сконструйованими експертами, являють собою лише модель, образ громадської думки. Беручи участь в опитуваннях, респонденти оживляють ці симулякри і тоді ці образи стають реальними фактами прийняття рішень [2, 45].

У сфері науки доби Постмодерну науковий пошук і здобування нових знань може замінюватися спритною презентацією тих чи інших квазіінноваційних ідей. У галузі мистецтва може створюватися не твір мистецтва, а лише образ його. Образ майбутнього мистецького проекту часто-густо превалує за

впливом на аудиторію над його справжньою реалізацією та демонстрацією.

Дотримування соціальних норм досягається за рахунок образів – симуляцій реальних речей та вчинків; інституційний лад не ліквідується, але симулюється, зберігаючи атрибути реальності; віртуалізуючись суспільство не зникає, але перевизначається, комп'ютерні технології – технології віртуальної реальності виявилися наефективнішим інструментом його симуляції [2, 55,56].

Висновки

Таким чином, завдяки інформаційним технологіям людина отримує можливість уникати контролю з боку суспільства. Мережа як така, в тому числі й мережа інтернет, дозволяє позбутися нагляду з боку основних соціальних інститутів та розширити практику неінституціоналізованих взаємодій. Мережа інтернет бере на себе значну частину комунікативних функцій соціальних інститутів, симулює їх, і в той же час сприяє створенню альтернативних стосовно реального суспільства віртуальних співтовариств, глобальних рухів за соціальну справедливість у найрізноманітніших сферах суспільства. Значна частина зазначених комунікацій та рухів, що породжені цими комунікаціями, спрямовані на досягнення справедливого міжнародного поділу праці, розв'язання глобальних екологічних проблем в інтересах всіх соціальних верств, народів та країн.

Список літератури

1. Бодріяр Ж. Симулякри та симуляція. – К.: Вид-во Соломії Павличко «Основи», 2004. – 230 с.
2. Иванов.Д.В. Виртуализация общества. – СПб.: «Петербургское Востоковедение», 2000. – 96 с.
3. Cooper G., Green N., Murtagh G.M., Harper R. Mobile society? Technology, distance, and presence // Virtual society? Technology, cyberbole, reality. Oxford University Press, 2002. – (349 p.) p. 286-301.
4. Nettilton S., Pleace N., Burrows R., Muncer S., Loader B. The reality of virtual social support // Virtual society? Technology, cyberbole, reality. Oxford University Press, 2002. – (349 p.) p. 176-188.
5. Swann G.M.P., Watts T.P. Visualization needs vision: the pre-paradigmatic character of virtual reality // Virtual society? Technology, cyberbole, reality. Oxford University Press, 2002. – (349 p.) p. 41-60.
6. Watt S.E., Lea M., Spears R. How social is internet communication? A reappraisal of bandwidth and anonymity effects // Virtual society? Technology, cyberbole, reality. Oxford University Press, 2002. – (349 p.) p. 61-77.
7. Woolgar S. Five rules of virtuality //Virtual society? Technology, cyberbole, reality. Oxford University Press, 2002. – (349 p.) p.

Я. Любимый

ПРОБЛЕМА ВИРТУАЛИЗАЦИИ ИНФОРМАЦИОННОГО ОБЩЕСТВА

В исследовании базовой характеристики современного информационного общества – виртуализации – постоянно выявляются ее новые черты, поскольку непрерывно обновляется само это общество. Виртуальная реальность становится неотъемлемой стороной технологических, экономических, политических, социально-организационных и других социально значащих процессов. Применение понятия виртуальной реальности распространяется на такие феномены как «виртуальное правительство», «виртуальный банк», «виртуальные деньги», «дистанционное обучение», «виртуальная политика», «виртуальная экономика», а также на «виртуальное общество» как таковое. Интернет-коммуникация, с одной стороны, снимает некоторые барьеры, которые могут возникнуть в личной коммуникации с глазу на глаз, а следовательно, облегчает ее, а с другой – снижает уровень ответственности за содержание коммуникации, а поэтому деиндивидуализирует ее. Вместе с тем, интернет-коммуникация придает индивидам широкий спектр социальной поддержки, в которой они нуждаются, включая, кроме прочего, интернет-дискусии и интернет-форумы по разным социальным и экзистенциальным вопросам. Гуманистически ориентированная мобильная коммуникация с отдаленным абонентом как правило гуманизирует и социальное пространство вокруг здесь-присутствующего коммуниканта. В целом, виртуальная коммуникация способствует формированию не только общенациональных, но и глобальных движений за справедливость в разных сферах общественной жизни, приводит к позитивным изменениям в жизни общества.

Ключевые слова: Интернет, информационное общество, интернет-коммуникация, виртуализация, виртуальная реальность.

Ya. Ljubivyi

THE PROBLEM OF INFORMATION SOCIETY VIRTUALIZATION

In searching of virtualization as the basic characteristics of modern information society are reveals its new lines because continuously innovates this society. Virtual reality becomes inalienable constituent of technological, economical, political, social-organizational and other important social processes. Application of notion of virtual reality expands on such phenomenons as "virtual government", "virtual bank", "virtual moneys", "distance learning", "virtual politics", "virtual economic" and "virtual society" as such. Internet communication takes off some barriers which can appear in personal communication face-to-face and in so way facilitates it. On the other hand, this communication reduce the level of responsibility for the content of it and in so way de-individualizes it. At the same time, internet communication gives to citizens a social support, including internet-discussions and internet-forums on various social, and existential problems. Humanistically oriented mobile communication with distant communicant humanizes also social space around hier-existant communicant. In general, virtual communication promotes to forming not only national, but global movements for justice in various areas of social life and leads to positive changes in society.

Keywords: internet, information society, internet communications, virtualization, virtual reality.

УДК 001:891

И.И. Мочалов

ПОНЯТИЯ ЕСТЕСТВЕННОГО ТЕЛА И ПРИРОДНОГО ЯВЛЕНИЯ В.И. ВЕРНАДСКОГО

Институт истории естествознания и техники им. С.И. Вавилова РАН

Аннотация. Определяются базисные, по мысли В.И. Вернадского, понятия естествознания – естественные тела и природные явления, которые лежат в основе всей науки, включая гуманитарные отрасли знания.

Ключевые слова: Вернадский, естественные тела, природные явления, аксиома реальности.

Введение

Согласно В.И. Вернадскому, определяющими понятиями науки, требующими углубленного философского и логического анализа, являются понятия *естественного тела и природного явления*. Это – *базисные понятия, на их основании строится все грандиозное здание науки*. Прямо или косвенно всякий ученый в своей научной работе всегда имеет дело с естественными телами и природными явлениями как объектами своего изучения. Его научное творчество идет в известных, строго определенных рамках, и эти рамки ставит ему сама природа, реальность. «Вдумавшись, легко убедиться, что в основе всего естествознания лежит понятие об естественном (природном) теле и о природном явлении». Это понятие «... в сущности проникает все естествознание» [1, с. 8].

Постановка задачи

В статье определяются базисные, по мысли В.И. Вернадского, понятия естествознания – естественные тела и природные явления, которые лежат в основе всей науки, включая гуманитарные отрасли знания.

Основная часть

Вернадский выделяет следующие основные признаки понятия природного тела: объективно-реальная предметность; индивидуализированный характер существования; специфичность структуры; своеобразии закономерностей.

«Телами природы можно назвать предметы, которые индивидуализированы в природе, имеют свое собственное существование и могут быть выделены из своей среды, имеют внутреннюю структуру и специальные законы, отличные от законов других природных тел» [2, с. 318].

Понятие природного тела (явления) является логическим отвлечением (абстракцией) от тех реальных, бесконечно многообразных тел и явлений природы, с которыми имеет дело естествоиспытатель. «Минерал, растение, животное, горная порода, поч-

ва, биоценоз, географический и геоморфологический ландшафт, геохора, река, озеро, водопад, облака, проявления движения атмосферы, моря, вулканы, минеральные источники, звезды, солнце, туманности и другие конкретные частные явления природы прежде всего сами по себе привлекают натуралиста. Их точное, научно проверяемое описание, их полный учет, превращение их в научно наблюдаемое явление, поражающее главным образом глаз, но сверх того в меньшей степени слух, является основной работой натуралиста» [3, с. 15].

Таким образом, объектами изучения естествознания являются существующие независимо от человека различные, относительно устойчивые, *природные образования – тела* (например, атомы, молекулы, элементарные частицы, кристаллы, планеты, звезды, животные, растения и т.д.) и протекающие в них, или сопутствующие им, разнообразные *природные процессы – явления* (например, явления электричества, магнетизма, космических радиаций, вспышек звезд, горообразовательных и иных геологических процессов, эволюции видов и т.д.).

«Предмет естествознания – движущаяся материя, тела», – подчеркивал Ф.Энгельс [4, с. 283]. С ним, по сути, «соглашается», об этом, скорее всего, не зная, Вернадский. «В естествознании исходным объектом научного знания является научно установленное природное «естественное» (т.е. земное, планетное) тело или такое же явление, не зависящее от наблюдателя. Им же может явиться и сам наблюдатель, так как натуралист не может забывать, что он сам является естественным, т.е. планетным, телом – объектом научного изучения наряду с другими естественными телами» [5, л. 44].

С естественными телами и природными явлениями имеет дело не только естествознание, но и все науки без исключения, в том числе и гуманитарные. С этой точкой зрения, для наук гуманитарных естественными телами будут в общем виде общество и человек и связанные с ними разнообразные естест-