

УДК 165.722:004.946.6

DOI <https://doi.org/10.32782/apfs.v043.2023.10>**С. В. Матяш**ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-5848-1757>

кандидат філософських наук,

викладач факультету культурних і креативних індустрій
Київського національного університету технологій і дизайну**Л. А. Кузнєцова**ORCID ID: <https://orcid.org/0009-0004-1369-5914>

ВІРТУАЛЬНЕ ТА ЙОГО СОЦІОКУЛЬТУРНІ ЧИННИКИ

Постановка проблеми. У сучасному світі технологій, Інтернету та глобальних комунікацій віртуальна реальність набуває все більшої ролі в житті суспільства. Віртуальне середовище не лише впливає на повсякденне життя людей, але й формує нові види спілкування, взаємодії та переживань. Цей процес нерозривно пов'язаний з соціокультурними чинниками, які детермінують розвиток, форму та характер віртуальних взаємовідносин.

Розуміння соціокультурних особливостей віртуального світу допоможе краще зрозуміти сучасні тренди в культурі, освіті, комунікаціях, а також можливі ризики та виклики, які він ставить перед індивідом та суспільством в цілому. Враховуючи швидкість змін в технологічному середовищі та його вплив на культурні, соціальні та психологічні аспекти життя людини, дослідження цієї теми є особливо актуальним та важливим для сучасної науки та практики.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Вивчення проблеми розвитку новітніх інформаційно-комунікаційних технологій (ІКТ) і пов'язаної з ними віртуалізації сучасного суспільства включає в себе численні аспекти, які досліджувалися різними вченими: Р. Абдєєвою, Д. Івановою, В. Іноземцевою, М. Кастельсом, М. Моїсєєвою, В. Саяпіним, Дж. Сулером, О. Тоффлером тощо.

Втім, не дивлячись на численні роботи у даному напрямку, не було детально висвітлено особливості віртуального середовища, його структурні та функціональні аспекти, а також ключові соціокультурні чинники, які формують та впливають на розвиток віртуальної реальності, що обумовило актуальність дослідження.

Мета статті – визначити ключові соціокультурні чинники віртуального середовища.

Виклад основного матеріалу дослідження. Новий тип соціально – інформаційного устрою породжує таку соціокультурну реальність, як віртуальний простір. Цей простір є особливим середовищем, поява якого привела до зміни вже сталих в соціумі механізмів комунікаційної взаємодії. Під впливом віртуальної комунікації трансфор-

муються в соціокультурний простір суспільства, розширюється його багатовекторність. А поширення комп'ютерних мереж в цьому процесі змінює простір, час і контент комунікацій.

Комунікація завжди виконувала функцію задоволення потреби в спілкуванні і інформаційному обміні. Комунікативний світ спирається на те, що повідомлення в ньому стають відправленими, сприйнятті і зрозумілі. Багатоманітність диференційних узгоджених дій, залежить від того, наскільки в ній гарантовано взаєморозуміння». В зв'язку з тим, що комунікаційний процес охоплює не тільки глобальні і локальні системи, а насамперед міжособовий рівень треба підкреслити особливу суб'єктивну реальність комунікаційного простору для певної людини.

Масова комунікація детермінує майже всі аспекти життя особи, глибинні структурні елементи свідомості і підсвідомості. Засоби масової інформації не випадково отримали звання «четверта влада», а медіареальність заміщує реальність справжню.

Віртуальний простір і віртуальна комунікація важлива складова соціокультурного простору які до того ж вписані в справжні соціальні і міжособові процеси. З одного боку комунікація віртуальна існує паралельно по відношенню до соціальної комунікації в цілому. З іншого – реальний комунікаційний процес віртуалізується до стану, коли важливо в тому чи іншому випадку зрозуміти яка сторона домінує. Сучасне спілкування все більше втрачає індивідуальність і характер, емоції та стиль, розмова стає все більш «шматковою...», а мережеві розмови часто складені з шаблонних фраз і слів – символів. Форуми, чати, інші форми телекомунікації виглядають короткими, одновекторними реченнями, репліками і таке інше.

Зростає також і доля комунікації в глобальному віртуальному просторі. Всесвітня інформаційна мережа завдяки Інтернет розширює віртуальний простір, що відображає процес віртуалізації соціокультурної комунікації, надаючи можливість одночасного спілкування в масштабах світу.

М. Кастельс підкреслює, що «реальність, тобто матеріальне та символічне існування людей, повністю занурене у віртуальні образи, в вигаданий світ, де образи стають вже не засобом передачі досвіду, а власне досвідом, який здатний підсилювати свій вплив на соціальну реальність» [2, с. 320]. Саме так сучасні засоби комунікацій знакові по своїй сутності замінюється образами реальності віртуальної.

Але мультимедійні та інтерактивні технології створюють і іншу серйозну проблему. Одновекторність мас-медіа приводить до того, що «реального процесу комунікації як взаємодії між сторонами, що передає і отримує повідомлення немає» [2, с. 321]. Культура реальної віртуальності виникає з культури існуючого простору, не маючи при цьому обов'язкових знаків, символів та змісту. Віртуальні образи, вигаданий світ існує не тільки на екрані, а і як би в повсякденному житті особи. Людина стає пасивним споживачем, в процесі чого можна брати та використовувати, а не давати і створювати. Комунікації із розмови перетворюється в обмін знаками і символами. До цього також додамо, що реальна особистість в просторі віртуальному не відповідає характеристикам образу який там створено. Комунікаційний процес в віртуальному світі створює конструкцію не реального статусу, а вигаданого, фантастичного. І ця трансформація якостей особи не завжди позитивна. Хоча, в той же час завдяки високій динамічності, образи віртуальні можливо змінювати від шаблонності і одновекторності до гіперактивної багатовекторності. Мережева комунікація, завдяки анонімності, невидимості, безпеки дає можливість створити мережеву ідентичність, досягаючи віртуального управління враженням про себе. Тож, маємо констатувати, що віртуальний простір знімає кордони реального і віртуального, створюючи таким чином умови для будівництва багатовекторної самореалізації і самопрезентації, в тому числі і в комунікації є ролева поведінка учасників комунікативного процесу.

Таким чином, віртуальний простір можна визначити як специфічний різновид комунікаційного соціуму. Його головні риси це анонімність, багатовекторність віртуального суб'єкту, відсутність певного простору і часу як бар'єрів, які заважають моделювати сталий комунікативний простір. Саме можливості створення бажаного образу для одного індивіда, а також соціальної спільноти – на наш погляд найважливіша практична домінанта віртуального комунікаційного процесу. Саме ця його домінуюча сьогодні активно використовується в різнобічних соціокультурних процесах, а також у вирішенні певних соціально-політичних завдань.

Невеликий історичний штрих. Словосполучення «віртуальна реальність», вперше використав Жарон Лап'є у 80-і роки того сторіччя. А справжній ґрунтовний аналіз явища «вірту-

альне» належить іншим фахівцям, які пізніше аналізували створення і функціонування віртуального стану. Була сформульована ідея створення віртуалістики як новому науковому напрямку. А взагалі, ця думка має глибоке коріння ще з часів візантійської релігійної культури, в якій викрелювалися переходи з однієї реальності в іншу, розгортання певних подій в об'єктивному житті і їх трансформація в духовну сферу. Праці Фоми Аквінського, Ісаака Сіріна та Василя Великого є історико-філософським фундаментом сучасних поглядів на віртуальний простір та його роль в процесах соціокультурного генезису.

Сьогодні існує кілька головних підходів до визначення цього явища, що істотно регулює і створює певний сьогоденний контекст вивчені соціокультурного потенціалу. По-перше, Ш. Ланьє, якого ми згадували, вважав віртуальність, як «реальність візуальних образів, що генерує виключно комп'ютерна техніка». Такої точки зору дотримуються багато фахівців, інтерпретує феномен віртуальність як кібернетичний простір, який створений технічними засобами і викликає певну ізоляцію людини від реального світу.

З цим важко погодитись, пам'ятаючи про специфіку людської свідомості, яка і без технічних засобів має здатність до відволікання від дійсності і створення ідеальних конструкцій, на яких до речі базується мистецтво і взагалі, культурні надбання людства.

Звідси друга концепція, у відповідності до якої віртуальний простір є чисто суб'єктивний феномен, створений людською свідомістю. Особа в цьому випадку само створює реальність під якою можна розумітися фантазії, сновидіння і таке інше.

Ще один концепт віртуального, пов'язаний з дихотомією «природний рівень» реального і «культурний рівень», пов'язаний з діяльністю людини. В зв'язку з цією концепцією розрізняється декілька об'єктів чи видів віртуального:

- природні, що існуючі мають аналогів об'єктивності;
- технічні, які створені засобами цифрової техніки;
- соціокультурні;
- містичні, які виділяють деякі дослідники.

Причому, віртуальна реальність як феномен соціокультурної сфери деякі фахівці, наприклад В. В. Афанасьєва, розглядають як «дійсність особливого ґатунку, недостовірне, нереалізоване, прикордонне, перехідне. Воно здійснюється у процесах становлення, переходу, обміну, супроводжує миттєвість кожної зміни, народження, біфуркації» [1, с. 11].

В деяких статтях можна зустріти трактовку віртуального як тотальний і універсальний атрибут реального соціуму. Головний аргумент – присутність віртуального сегменту в кожному елементі сучасної культури. І взагалі з поступовою

зміною фактологічного середовища віртуальними образами. Міф, релігію, науку та інші форми суспільної свідомості розглядаються як прояви процесу віртуалізації соціокультурного простору. А можливо і культуру в цілому можна розглядати як цілковито віртуальну реальність.

Представляється, що віртуальна реальність може вважатися такою, якщо вона відповідає наступним критеріям:

- актуальність (віртуальне, існує тільки зараз на часі і тільки тут);
- автономність (час в цій реальності свій власний, незалежний від іншого);
- інтерактивність (об'єкти цієї реальності залежні від об'єктів зовнішніх);
- породженість (тобто, об'єкти віртуальні існують тільки при наявності об'єктів існуючих в реальному світі).

Про останні дві риси, можна сказати, що онтологічно віртуальний простір є слідством його гносеологічного існування. Без людської свідомості, фантазії, багатьох елементів людського духу, психології та уявлення ніякі технічні засоби неспроможні досягти появи віртуального у всіх багатьох його проявах.

Діалог свідомості людини з машиною невблаганний і незамінний нічим процес для створення віртуального. Причому свідомість в цьому комунікативному акті – головний і домінуючий чинник. Саме тому, стільки зусиль покладають суспільні еліти на контроль за ЗМІ, мас-медіа. Це шлях для тотального управління життєвими процесами суспільства. А багатогранність наукових підходів до вивчення та аналізу віртуального простору відповідає самої багатовекторності цієї ілюзорної дійсності. Віртуальний простір не тільки не змінює умови для соціокультурного обміну та взаємодії його різних складових, а і веде до трансформації таких чинників як міжособовий обмін інформацією, освіта, бізнес. Змінюються просторові і часові кордони, певні соціальні, мовні і інші бар'єри, які віками формувалися в суспільстві.

Життя сучасної людини в Інтернет – просторі веде до заміни реальних зв'язків до віртуально умовного оточення. Це не найголовніша риса притаманна інформаційному суспільству, його базовий атрибут.

Соціокультурний простір виходить за кордони країн та регіонів. Зв'язує інформаційну взаємодію інтерактивним чином, як певна координата сучасної глобалізації і технологізації життя сучасного світу.

Віртуальна, умовна по своїй природі дійсність, наповнена соціокультурним змістом, що належать людському світу, без наявних кордонів і обмежень. Як підкреслює М. Кастельс, віртуальна – це та частина соціального, яка актуалізується в тому випадку, коли немає місця ситуації

«обличчя до обличчя» між авторами [2, с. 607]. В той самий час, без реальної взаємодії віртуальним способом весь комунікаційний простір, його засоби і ресурси зв'язуються в одну, цілком сталу, глобальну мережу.

Нова соціокультурна реальність формує нові інтереси людей, інші цілі і мотиви поведінки, форми активності у сфері культури. Поява нових культурних практик, формує інші, стимулює процеси обміну інформацією при якому саме інформаційні контенти стають головною цінністю сучасного соціуму.

Інформація дорожче матеріальних благ, засіб їх утримання та збільшення, генерування інноваційних трансформацій в бізнесі та виробництві фінансового капіталу та комерціалізації всіх сфер життя, включаючи сучасні культурні практики.

В різних верствах фахівців з'являється певний професійний чинник – більш інформаційна не та особа, яка більше знає чи більш освічена, а та, що приймає більшу участь в комунікаційних обмінах. «Вмонтованність» у віртуальному просторі – важлива база для успішної кар'єри як у професійному, як і соціальному змісті. Причому, якість інформації, якою оперує людина, її достовірність, правдивість, відповідність реальним фактам і подіям не має вирішального значення. Значно важливіше її оперативність, відповідність суспільним, масовим очікуванням, можливість її вигідно «передати» чи використати для формування певного «образу» носія цієї інформації чи суб'єкта комунікаційного процесу.

Сьогодні сучасну людину, цілком вмонтовану у віртуальний соціум з усіх боків оточують фейкові новини і не зрозумілі за призначенням контенти, міфологізовані образи та ще щось дуже далеке від правди і існуючої реальності. Можливо нас це влаштовує? Життя в віртуальному світу допомагає зберегти кокон «незнання» і ілюзії, які ми самі для себе створюємо? Створюємо своїми власними руками чи швидко йдемо на зустріч міфам, що створюють нам певні «творці» віртуальної реальності. Чи завжди ми додаємо питанням – для чого нас занурюють в «теплі ванни» ілюзорної псевдо-реальності різного роду технології віртуального світу – фахові психологи, політичні діячі майстри художньої творчості, провідником різноманітних думок і провідники? Можливо це результат нашої спроможності реалізувати своє «я», справжню індивідуальність. Як хтось сформулював: немає чий власної думки, замінює її на думку суспільну!

Які взагалі співвідношення власного творчого комунікаційного процесу особи з так званним інформаційним сервісом? І чи можливо інформаційні послуги, які існують і поширюються в сфері сервісу поєднати з власне соціокультурними практичними, що є складовою – правильною творчості, реалізації особою свого інтелектуального потенціалу.

Чи треба так серйозно ставитись до напруженого навчання, якщо всі знання легко знайти в Google чи десь ще завдяки Інтернет?

Як справедливо підкреслює В. П. Саяпін, «свобода споживацьких пропозицій замінюється свободою споживчого вибору» [3, с. 176]. Доступ до інформації розширює свободу особистого простору, незважаючи на спроби політичних, економічних та інших еліт взяти під контроль комунікаційні мережі, простір інформаційний використовуючи віртуальні засоби.

Соціокультурний простір по суті своєї інваріантний. Тому і нові культурні практики, що породжує сучасний віртуальний світ мають різноплановий характер. При використанні інформації комунікаційний простір не тільки не вичерпується, як наприклад, певні природні ресурси, а навика розширюється. Інформація народжує новий комунікативний ресурс. Контент комунікаційних повідомлень помножує нові знання, поширює їх і стає стимулом і мотивом для нового поштовху в розвитку соціокультурних практик.

Інформація з одного боку – ресурс віртуального простору, а з іншого, що більш важливе – стимул чи мотив комунікаційної діяльності людини. Саме тому справедливо підкреслює В. О. Саяпін «головним феноменом в інформаційному суспільстві став Інтернет, а не гігантські електронні банки даних» [3, с. 176].

Однак, треба мати на увазі, що Інтернет це не більше ніж попередник між свідомістю особи – користувача та реальністю, що нас оточує. певні засоби зображення чи знаки, тобто артефакти демонструють нам інформацію про реальність. А сама ця інформація живе так би мовити самостійним життям, незалежно від людини – користувача Інтернету. Саме така ситуація породжує можливість для маніпулювання, тобто заміщення справжньої реальності – штучною, віртуальною, яку користувач сприймає як правдиве, існуюче по справжню, що живе в світі незалежно від нашої свідомості.

Постійна оцінка інформаційного потоку на предмет його відповідності реальному світу, оцінка образів, що створює інтернет не тільки вимагає певних зусиль, але й змінює соціально – культурні практики на шлях їх багатовекторності і мультимедійності. Саме тому у аналітиків віртуального простору використовується термін гіпертекст, під яким досить поширено розуміється «багатомірна мережа, в якій кожна крапка чи вузол самостійно пов'язується з іншими точками...» [4, с. 275].

В свою чергу цей процес символічний за формою, за допомогою візуальних і аудіозасобів складає певну правдоподібний ефект придатності користувача інформації в реальному світі.

Трансформаційний рух від знаку до тексту, від контенту до гіпертексту, від змісту до інших

змістів і нарешті, до віртуального факту чи події створює штучну віртуальну реальність, яка цілком автономно в вигляді гіпертексту існує в цифровому просторі. Ця реальність штучно, сконструйована певною особою чи групою операторів інтернет з певною метою. Але вона справжній артефакт, сукупність яких власне і складає культуру.

Культура людства як сукупність предметів і результатів людської діяльності, штучно створених і вироблених нами, завжди була набором артефактів, тобто антиподом природного, створеного без участі людей. Все що з'являється на моніторі, весь віртуальний світ як реалізація розуму, який його спланував і штучно створив, сконструював генерує нові можливості трансформації соціокультурних практик, в яких презентується реальний світ як ми його бачимо і оцінюємо. Світ це не те, що нас оточує, а те що ми про нього думаємо. І головне завдання творця віртуального світу зводиться тільки до того, щоб його образи були більш – менш правдоподібні.

Множинність реальностей. Таким ключовим терміном мають дати дефініцію сутності віртуального простору в якому існує сучасна людина. Матеріальний фундамент нової культури є простір потоків та позачасовий час. Ця культура перекидає та включає багатоманітність прийдешніх в історії систем відображення, це культура реальної віртуальності, де вигаданий світ є вигадка в процесі свого створення.

Це досить парадоксальне формування, яке належить М. Кастельсу на наш погляд безперечно найбільш показово надає сутність процесу створення штучного світу, віртуалізації сучасного соціокультурного простору. Будівництво у віртуальному просторі певних соціокультурних кодів та конструктів базується не тільки на певній реальності. Віртуальний простір розширюється за рахунок безкінечної кількості змістів, де в процесі творення відбувається безкінечний рух від одного культурного коду до іншого. А з трансформацією культури змінюється і весь соціум, вся оточуюча нас реальність.

Висновки та перспективи подальших досліджень. На основі проведеного аналізу особливостей віртуального простору визначено ключові соціокультурні чинники, які формують та впливають на розвиток віртуальної реальності. З'ясовано, що розвиток віртуальної реальності стає одним із найбільш яскравих прикладів, як сучасні технологічні досягнення корелюють із соціокультурними процесами в суспільстві. Сьогодні можна виділити кілька ключових соціокультурних чинників, що визначають напрямки та динаміку розвитку віртуальної реальності.

По-перше, глобалізоване суспільство прагне до нових форм комунікації. Живучи в епоху постійних змін і глобальних взаємодій, люди шукають

способи занурення в альтернативні простори, де відстані стають незначущими. Віртуальна реальність відкриває можливості не лише для розваг, але й для реалізації професійних, освітніх, та соціальних потреб на новому рівні.

По-друге, сучасна культура наголошує на індивідуалізмі та самовираженні. Віртуальна реальність надає платформу, де кожен може створити власний світ, відтворити свої фантазії та ідеї, ділитися ними з іншими.

По-третє, ми спостерігаємо революцію в освіті та навчанні. Традиційні методи навчання поступово доповнюються віртуальними моделями, що дозволяють поглибити знання, провести імітації реальних ситуацій і надати студентам незабутній досвід занурення.

По-четверте, економічні фактори та інвестиції в у сфері віртуальної реальності стають каталізаторами її розвитку. Зростаючий попит на нові розважальні продукти, освітні рішення та комерційні застосування підштовхує ринок до пошуку нових інноваційних рішень у даному контексті.

Отже, віртуальна реальність є потужним інструментом, який відкриває перед людством безліч нових можливостей, викликів та перспектив.

Перспективним напрямом дослідження є вивчення віртуальної реальності та визначення її соціокультурного, етичного та технологічного впливу на суспільство.

Література

1. Афанасьєва В. В. Тотальність віртуального. URL: <https://www.proza.ru/2014/02/09/2497>. (Дата звернення 30.10.2023).
2. Кастельс М. Інтернет-галактика. Міркування щодо інтернету, бізнесу і суспільства. Київ : Ваклер, 2007. 304 с.
3. Саяпін В.О. Соціокультурна трансформація в сучасному світі. *Філософські науки*. 2015. № 6.
4. Умберто Еко. Від Інтернету до Гутенбергу: текст і гіпертекст. URL: https://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Culture/Eko/Int/_Gutten.php (Дата звернення 30.10.2023).

Анотація

Матяш С. В., Кузнєцова Л. А. Віртуальне та його соціокультурні чинники. – Стаття.

У статті проаналізовано особливості віртуального середовища, його структурні та функціональні аспекти, а також визначено ключові соціокультурні чинники, які формують та впливають на розвиток віртуальної реальності, з метою отримання глибокого розуміння взаємодії між віртуальним та реальним світами в сучасному соціумі.

Визначено, що віртуальний простір є специфічним різновидом комунікаційного соціуму, а його основні риси це анонімність, багатовекторність віртуального суб'єкту, відсутність певного простору і часу як бар'єрів, які заважають моделювати сталий комунікативний простір.

На основі проведеного аналізу визначено ключові соціокультурні чинники, що визначають напрямки та динаміку розвитку віртуальності. У контексті глобалізації та інтенсифікації міжкультурних взаємодій акцентується потреба в оптимізації комунікаційних процесів. Індивіди прагнуть до інтеграції в більш глобальні, але одночасно адаптовані простори, де географічні обмеження стають мінімізованими. Віртуальна реальність набуває статусу інструменту, який дозволяє задовольнити не лише рекреаційні потреби, але й професійні, освітні та соціокультурні аспекти життя особистості.

Центральне місце в сучасній культурі займає концепція індивідуалізму. Віртуальна реальність виступає як платформа для індивідуальної творчості, самоідентифікації та соціальної взаємодії, де користувач має можливість конструювати, модифікувати та поділитися своїми віртуальними сценаріями.

Сучасні освітні парадигми проходять переорієнтацію, де традиційні підходи до навчання інтегруються з віртуальними моделями. Це сприяє поглибленню когнітивних процесів, реалістичному моделюванню та іммерсивному навчальному досвіду.

Економічний контекст, особливо інвестиційна активність у сфері віртуальних технологій, ініціює та активізує процеси розвитку віртуальної реальності. Динаміка ринкового попиту на інноваційні розважальні, освітні та бізнес-рішення стимулює інтенсифікацію досліджень та розробок у цій сфері.

Ключові слова: віртуальний простір, соціокультурні чинники, медіа реальність, Інтернет, комунікація.

Summary

Matyash S. V., Kuznetsova L. A. Virtual and its sociocultural factors. – Article.

The article analyzes the features of the virtual environment, its structural and functional aspects, and also defines the key sociocultural factors that shape and influence the development of virtual reality, in order to gain a deep understanding of the interaction between the virtual and real worlds in modern society.

It was determined that the virtual space is a specific type of communication society, and its main features are anonymity, multi-vector nature of the virtual subject, the absence of a certain space and time as barriers that prevent modeling a stable communication space.

Based on the analysis, the key sociocultural factors determining the directions and dynamics of the development of virtuality have been identified. In the context of globalization and intensification of intercultural interactions, the need to optimize communication processes is emphasized. Individuals strive for integration into more global, but at the same time adaptable spaces, where geographical limitations become minimized. Virtual reality acquires the status of a tool that allows you to satisfy not only recreational needs, but also professional, educational and socio-cultural aspects of an individual's life.

The central place in modern culture is occupied by the concept of individualism. Virtual reality acts as a platform for individual creativity, self-identification and social interaction, where the user has the opportunity to construct, modify and share their virtual scenarios.

Modern educational paradigms are undergoing a reorientation, where traditional approaches to learning are integrated with virtual models. This contributes to the deepening of cognitive processes, realistic modeling and an immersive learning experience.

The economic context, especially investment activity in the field of virtual technologies, initiates

and activates the processes of virtual reality development. The dynamics of market demand for innovative entertainment, educational and business solutions stimulates the intensification of research and development in this area.

Key words: virtual space, sociocultural factors, media reality, Internet, communication.