

Брейтман А. С.
A.S Breitman

**ВИРТУАЛЬНАЯ РЕАЛЬНОСТЬ КАК СОЦИАЛЬНО-КУЛЬТУРНЫЙ ФЕНОМЕН:
PRO AT CONTRA**

VIRTUAL REALITY AS A SOCIAL AND CULTURAL FENOMENON: PRO AT CONTRA

Брейтман Александр Семенович – доктор философских наук, доцент, профессор кафедры социально-культурного сервиса и туризма Дальневосточного государственного университета путей сообщения (Россия, Хабаровск). E-mail: tour@festu.khv.ru.

Mr. Alexandre S. Breitman – Doctor of Philosophy, Professor, Department of Social Cultural Service and Tourism Studies, the Far-Eastern State University of Transport (city of Khabaraovsk).

Аннотация. Полемические заметки обращены к теме тотального проникновения виртуального (или виртуальности) в бытие современного человека, включая как сферу профессиональных интересов, так повседневность и досуг. Делается акцент не столько на безграничных возможностях интернета, сколько на проблемах (технично-технологических и гуманитарных), порождаемых этой новой и недостаточно ещё осмысленной ситуацией.

Summary. These polemic notes are on the issue of the total penetration of virtuality into the being of modern man including his professional activities, everyday life and leisure. An accent is placed here not so much on the vast potentials of the Internet, as on the problems (both technological and humanitarian) that are being created by this new and still not sufficiently studied situation.

Ключевые слова: информационное общество, информационная культура, виртуальная реальность, «человек виртуальный», глобализация, мифологическая реальность.

Key words: information society, information culture, virtual reality, homo virtualis, globalization, mythical reality.

УДК 804.0:801.1

В современных футурологических концепциях (Д. Белл, Ю. Хаяши, И. Масуда, О. Тоффлер, Ф. Феррари, Ю. Хабермас и др.) выделяются следующие этапы общественного развития: доиндустриальный, индустриальный и постиндустриальный. Последний при этом рассматривается как первая стадия информационного общества или само информационное общество, т.е. совершенно новый этап, следующий за индустриальным. Сами же понятия «постидустриальное» и «информационное» рассматриваются в широком контексте процессов глобализации.

Как известно, кто платит, тот и заказывает музыку. Принимая во внимание непреложность этой истины, можно утверждать, что при всей кажущейся объективности, процесс глобализации, о котором так много говорили (и говорят) философы, социологи и экономисты, чрезвычайно выгоден для крупных производителей. Уже на рубеже XX-XXI вв. осознавалось, что глобализация «представляет собой процесс стремительного формирования общемирового финансово-информационного пространства на базе новых, преимущественно компьютерных, технологий» (НГ-Сценарий, № 4, 2001). Причем «...самое главное в глобализации, – по утверждению директора Института проблем глобализации М. Делягина, – это превращение формирования сознания в самый коммерческий вид бизнеса...ведь *информационные* технологии сегодня окупаются за несколько месяцев...» (газ. «Завтра» № 43(412), 23.10.2001).

Итак, информационное постиндустриальное общество – свершившийся факт мировой истории. Учитывая, что сегодня не сложилось еще устойчивого и общепризнанного его определения, предлагаю в качестве рабочего следующее: *информационное общество* – это такая форма объединения людей, при которой универсальным способом их взаимодействия

оказывается средства массовой коммуникации (СМК) и, главным образом, единая информационная сеть – интернет, объединившая все способы современной коммуникации и осуществлявшая глобальное телеобщение в неведомых доселе масштабах.

Из попыток сформулировать само понятие информационного общества со всей неизбежностью вытекает необходимость следующей дефиниции, еще менее определенной и более дискуссионной – *информационная культура*. В большинстве случаев под информационной культурой подразумевают определенный уровень подготовленности индивида и/или социума к восприятию, накоплению, кодированию и перекодированию (на высшем уровне – созданию новой) информации. По сути, здесь мы имеем дело с **«человеком информационным»**, подготовленным технологически к существованию в информационном социуме. Такого технико-технологического понимания информационной культуры сегодня явно недостаточно. Поэтому попытаюсь с позиции деятельностного подхода к культуре сформулировать: **информационная культура** – это такой способ существования человека, когда главным и универсальным продуктом его деятельности становится информация, основным хранителем и распространителем которой являются электронные носители, объединенные в единую глобальную сеть – интернет.

В ситуации информационной культуры возрастает интерес и к специфическому ее порождению – *виртуальной реальности*, и к самому субъекту (как и объекту) этой реальности «человеку виртуальному» – некоему гомункулусу, «зародившемуся» в реторте компьютерных лабиринтов.

Виртуальная реальность – некий малоизученный феномен, сравнимый с феноменом реальности мифологической. В случае мифологической реальности мы имеем дело, по сути, с продуктом воображения, воспринимаемым как реальность, т.е. до тех пор, пока в филогенезе не сложится способ (механизм) рационального познания мира, человек будет относиться к продукту своих интуитивных озарений, основанных на могучем воображении, как к единственно возможной реальности. Нечто подобное мы наблюдаем и в случае виртуальной реальности, которая все более осуществляет экспансию в сознание пользователей ПК. В известном смысле **виртуальная реальность** – это мифологическая реальность человека XXI века, с тем только отличием, что, прежде чем принять виртуальную реальность как основную, сознание человека XXI века должно быть «очищено» (что мы и наблюдаем) от всего того багажа культуры, который на протяжении последних 5-6 тыс. лет складывался как рациональный способ познания, породивший философское знание и науку (науки) во всём их многообразии и взаимодополнительности. И если мифологическое сознание древнего человека – естественная и универсальная форма существования и познания мира в конкретную историческую эпоху, то замещение (подмена) подлинного существования нашего современника виртуально-мифологической реальностью – есть ничто иное, как бегство от реальности, со всеми вытекающими из этого последствиями: инфантилизмом, невозможностью подлинной социализации, несформированностью ценностного (научного или религиозного) мировоззрения и, в итоге, невозможностью деконструкцией личности.

Как порождение информационной виртуальной культуры **«человек виртуальный»** выступает сразу в трёх ипостасях:

– как индивид, технически и технологически «вписанный» в современный информационный социум;

– как человек, играющий и развлекающийся в интернете, и, одновременно, человек, зависящий от интернета;

– и наконец, как некий интеллектуально-технологический фантом (интернет-маска, аватар, ник), претендующий на первичность по отношению к своему создателю – индивидуальному пользователю сети.

Вышеприведенные соображения позволяют сделать вывод, что **«человек виртуальный»** – это более всего тот, кто виртуально-мифологическую реальность принимает в качестве основной, а то, что происходит «в реале» его интересует все меньше и меньше. Конечно, технологически «человек виртуальный» может быть оснащен не хуже «человека информационного» и также виртуозно владеть современными web-технологиями. Но именно опасности виртуальной зависимости и подмены, подстерегающие «человека виртуального», и есть главная причина попыток осмыслить этого новый и слабо ещё изученный социокультурный феномен.