

Отношение человека к виртуализации – вопрос спорный. На основании имеющихся данных сегодня стало возможным выделить такие категории виртуалистики, как порождённость, глобальность, бытие, время и пространство, интерактивность, моделирование, обособленность.

На первое место в виртуальной реальности выдвигаются следующие ценности: свобода выбора, анонимность, многоликость, вседозволенность. Человечество нуждается в детерминировании концепта «виртуальная реальность». Актуальность данного вопроса подтверждается постепенной передислокацией потребностей человека в виртуальную плоскость. Электронная виртуализация задаёт стремительный темп развития тенденций виртуального в любой сфере общественной жизни, не только способствуя появлению новых мультимедийных средств коммуникации, но и шаг за шагом трансформируясь в неотъемлемую часть современного обихода.

Гайдашенко Д.
НТУ «ХПИ»

ФИЛОСОФСКИЕ КАТЕГОРИИ ДЛЯ ОПИСАНИЯ ВИРТУАЛЬНОЙ РЕАЛЬНОСТИ

В связи с развитием технологий создания виртуальной реальности и ростом к ней интереса в обществе выделение категорий для описания этой реальности с целью создания единой методологии её изучения является ключевым условием понимания данного явления. Синтезировав объективный и субъективный факторы становления виртуальной реальности, а также рассмотрев её объекты и процессы не на абстрактном, а на конкретном, практическом уровне, В. С. Бабенко даёт следующее определение: «Виртуальная реальность – некий искусственный мир, в который погружается и с которым взаимодействует человек, причём создается этот мир электронной системой».

Из определения следует то, что виртуальная реальность является порождением другой реальности. Она вносит некоторые категории, законы, ограничения, которые могут быть дополнены создателями этого искусственного мира. Отсюда следует вывод, что к виртуальной реальности применима категория «ограниченность».

Категории мигрируют из «предка» в «потомок». К их числу можно отнести пространство, время, движение, актуальность. При этом их значения могут и не совпадать в двух реальностях. Так, время в виртуальной реальности не обязательно будет однонаправленным, оно вполне может быть как скачкообразным, так и с изменяющимся направлением. Так же дела обстоят и с пространством. Его размерность в виртуальной реальности не является константой, а следовательно, оно может быть n -мерным. К виртуальной реальности применимо понятие «актуальность»: виртуальная реальность существует актуально только «здесь и теперь». В то же время движение останется неизменным в любой из реальностей ввиду того, что оно лишь описывает процесс изменения и превращения. Из порождаемости следует также то, что к виртуальной реальности применима категория вложенности. Иначе говоря, нельзя отрицать возможность порождения одной реальностью другой.

В данной работе были приведены лишь некоторые основные категории виртуальной реальности, но, несмотря на это, можно сделать вывод, что все категории реальности «предка» мигрируют в «потомка», создателем же определяются лишь их значения.

Герасименко С., Стародумов В.
НТУ «ХПИ»

РАЦИОНАЛЬНЫЙ ВЫБОР И ИНСТИНКТ ТОЛПЫ

Как мы делаем выбор? Делаем мы его умом, сердцем, каким-либо другим органом или сразу несколькими? И как наши политические лидеры могут на нас повлиять? Это ключевой вопрос для всех общественных наук, над ним ломают голову философы, социологи, экономисты, криминалисты, маркетологи и политологи. Все очень хотят создать модель, которая объяснила бы механизм выбора и выявила бы силы, его определяющие. Тогда можно было бы предсказать и даже (что ещё лучше) подсказать членам общества «правильный выбор». Такая модель уже существует, а называется она теорией рационального выбора. Основываясь на понятии «польза» британского мыслителя Джереми Бентама (1748–1832),

теория утверждает, что мы делаем такой выбор, который даёт нам больше личной выгоды.

Теория рационального выбора давно подвергается критике. Рациональность выбора прямо пропорциональна степени информированности того, кто этот выбор делает. Принцип рациональности выбора соблюдается лишь в простейших ситуациях (пример: из двух одинаковых рубашек выбирают более дешёвую). Тут вся важная информация под рукой, так что подавляющее большинство в этом случае сделает рациональный выбор.

Политический же выбор всегда очень сложен, и даже хорошо информированный избиратель, прекрасно осведомлённый о программах кандидатов, не знает последствий своего выбора.

Во время американских выборов 2008 года историк Рик Шенкман опубликовал книгу «Насколько же мы глупы?». Автор посвящает примерно 150 страниц обзорам самых разных опросов и научных экспериментов, показывающим, что американские избиратели, которые вот уже почти 250 лет выбирают своё правительство демократичным путём, не просто не знают самых элементарных вещей о своих лидерах, их идеологии и политических платформах, но и совершенно этими вопросами не интересуются.

В целом политические суждения большинства избирателей очень часто базируются на неверных фактах и превратно понятой информации. Назвать это рациональным выбором никак нельзя. Более того, даже когда избирателям предлагается правильная информация, они её фильтруют, отвергая ту, которая противоречит их уже сложившимся убеждениям, или перелицовывают её так, как им это удобно. Специалисты по рекламе давно заметили, что мы хотим быть «как все», все крупные рекламные компании пропускаются через фильтр фокус-групп, состоящих из типичных представителей тех слоёв населения, на которые реклама рассчитана. В политике примерно то же самое. Нашей привычкой быть в стаде и делать стадный выбор, возможно, объясняется и тот факт, что среди электората осталось так мало колеблющихся и что идеологические позиции неукоснительно каменеют.

Выбор наш зачастую иррационален, он подвержен разнообразным посторонним влияниям, как, например, «компетентная» внешность, расо-

вые и этнические предрассудки. Мы ходим стадом. Мы плохо информированы и упорствуем в своих убеждениях, которые так мало основаны на реальности, что их можно скорее назвать предубеждениями или заблуждениями.

Глушач О., Панченко М.
НТУ «ХПИ»

АНТРОПОЛОГИЧЕСКИЕ ПОКАЗАТЕЛИ СОЦИАЛЬНОГО ПРОГРЕССА

Известно, что поступательное движение, развитие, идущее по восходящей линии (от низшего к высшему, от простого к сложному), считается прогрессом, а движение по нисходящей линии, упадок, деградация – регрессом. Довольно ясно очерченная по своим существенным признакам категория всё же вызывает острые дискуссии, когда речь идёт о её структурных компонентах – внутренне противоречивых тенденциях в содержании социального прогресса. К таким компонентам относится не только экономический, технологический прогресс, но и прогресс духовный, моральный. Но ещё больше появляется вопросов, когда мы пытаемся анализировать следующее: по каким признакам мы отличаем высшее от низшего в развитии общества, каков критерий общественного прогресса?

Одна группа философов рассматривает прогресс как объективный процесс, не зависящий от воли людей, их реальных усилий. Методологической основой такого подхода являлось учение Г. Гегеля о логике развёртывания объективного духа и учение К. Маркса об объективном характере смены общественно-экономических формаций, вызванной противоречиями производительных сил и производственных отношений. Абсолютизация объективных факторов приводила к фактическому отрицанию активной роли интеллектуальной элиты в прогрессе. Вторая группа учёных высказывает мнение, согласно которому решение вопроса о прогрессе в истории общества носит чисто субъективный характер, поскольку оно зависит от выбора критерия общественного прогресса, а выбор этот определяется шкалой ценностей, которую избирает тот, кто судит о прогрессе, причём он это делает сообразно личным взглядам, симпатиям, идеалам. Где же выход, какой критерий следует выбрать?