

УДК 159.923.2 + 159.923.5

[https://doi.org/10.34680/EISCRT-2023-1\(2\)-194-216](https://doi.org/10.34680/EISCRT-2023-1(2)-194-216)

ВОЗДЕЙСТВИЕ ТЕХНОГЕННОЙ ВИРТУАЛЬНОЙ РЕАЛЬНОСТИ: ОТ ВПЕЧАТЛЕНИЙ К МИРОВОЗЗРЕНИЮ ЛИЧНОСТИ



Ольга Москвитина,
Психологический
институт РАО
(Москва, Россия)

Olga Moskvitina,
Psychological
Institute of RAE
(Moscow, Russia)

ORCID: 0000-0001-6717-3983
e-mail: mskvn-lg@yandex.ru

Для цитирования статьи:

Москвитина, О. А. (2023). Воздействие техногенной виртуальной реальности: от впечатлений к мировоззрению личности. *Индустрии впечатлений. Технологии социокультурных исследований (EISCRT)*, 1(2), 194–216. [https://doi.org/10.34680/EISCRT-2023-1\(2\)-194-216](https://doi.org/10.34680/EISCRT-2023-1(2)-194-216)

Аннотация: рассмотрен феномен виртуальной реальности, понимаемый как рукотворная, обеспеченная технологическим сопровождением и техническим оборудованием среда, способная создавать имитацию и симуляцию действительности: от графического представления окружающего мира до особенностей взаимодействия людей друг с другом и

объектами виртуального мира. Показана связь между массовой культурой и содержанием техногенной виртуальной реальности (ТВР), делающей эту реальность составляющей культурной индустрии. Выявлены различные положительные и отрицательные стороны техногенной виртуальной реальности, в связи с их воздействием на мировоззрение личности. Приводятся возможные искажения основных аспектов мировоззрения личности: содержательного, ценностного, структурного и функционального характера. В качестве условий для возникновения этих искажений выдвигаются своеобразие впечатлений, получаемых от воздействия ТВР и особенности работы головного мозга. Делаются выводы о том, что положительное или отрицательное воздействие техногенной виртуальной реальности на мировоззрение личности зависит от качества его содержания, цели использования и особенностей восприятия этой реальности личностью. Наряду с шаблонным, стандартизированным, утилитарным содержанием виртуальной реальности, предназначенной для массового потребителя, существуют её образцы, рассчитанные для узкого круга ценителей, которые могут быть приравнены к произведениям искусства. Подобное разделение общества в виртуальном техногенном пространстве, может дополнительно свидетельствовать о происходящих в нём процессах разделения, разобщения, упрощения общества и расчеловечивания людей.

Ключевые слова: мировоззрение личности, техногенная виртуальная реальность, влияние впечатлений, массовая культура, тиражирование, элитарность, культурная индустрия, смыслы, психические функции, головной мозг.

Введение

Расширяющаяся технологизация жизненного уклада общества, провозглашение его масштабной цифровой трансформации в качестве национальной цели развития до 2030 года, не могут не влиять на основные общественные значимые взаимосвязанные явления: культуру, образование и воспитание. Мировоззрение личности, понимаемое как ядро её образа мира, содержит в себе относительно связанную систему представлений о законах и правилах, подчиняющих человека, общество и мир, а так же об их идеальных характеристиках [Леонтьев 2003], представляет собой собирательное понятие, которое отражает непрерывность и целостность психического в области духовного и

заключает в себе познавательную, эмоционально-оценочную и волевою составляющие [Нехорошков 2014]. Мировоззренческие представления, являющиеся смыслообразующей частью обыденного сознания народов, имеют культурно-исторические особенности и этот факт важно учитывать при проведении, например, психологических исследований [Китова 2021].

Реалии современности одним исследователям видится как исключительно «виртуальные, цифровые, интерактивные, где главенствуют повседневность, ценности самовыражения, объединения, доверия и искренности» [Гусельцева 2018], а другие видят в них опасность киборгизации [Попов и др. 2017] и «интеллектуального расслоения» [Щукина 2018]. Технологический императив нашего времени, по мнению Д. В. Галкина, сводится к тому, что «всё, что можно технологизировать, должно быть технологизировано» [Галкин 2012: 13], но это инструментальная, техническая часть процесса; информационный поток разной модальности и качества, обрушивающийся на человека, может в будущем сформировать, например, некоего Homo medium, неспособного различать и распределять получаемую информацию, с истощенной нервной системой и отсутствующей самобытностью [Леонтьев 2003].

В научном и общественном осмыслении новой действительности возникает понятие «цифровая культура», к которой относят всю совокупность техногенной информационной реальности: компьютеры и другие гаджеты, сеть Интернет, программное обеспечение, оборудование, обеспечивающее действие искусственного интеллекта и сам искусственный

интеллект, оцифрованные культурные артефакты, технологическое искусство, видео- и компьютерные игры [Галкин 2012]. Однако, культура понимается и как инструмент, регулирующий человеческие сознание и поведение [Флиер 2012], следовательно, цифровая культура обладает как минимум таким же воздействием на эти человеческие проявления, как и обычная традиционная культура. Более того, благодаря своей возможности множиться и распространяться среди своих пользователей беспрепятственно, цифровая культура становится массовым явлением, и охват её воздействия на эти массы пользователей становится широким и управляемым со стороны создателей программного обеспечения и содержания – контента.

Современная виртуальная реальность является производной информационного общества и представляет собой техногенную информационную реальность, создаваемую техническими средствами, с помощью которых происходит компьютерное моделирование [Кошетарова & Лосинская 2019]. Эта реальность понимается также, как вместилище симулякров, которые не являются копией реальности, но, напротив, указывают на различия с ней и вызывают множественные симуляции [Емелин 2016]. Благодаря целенаправленной политике по распространению цифровизации, а, следовательно, виртуализации жизнедеятельности, наметилась тенденция восприятия киберкультуры как общественного сознания и человеческой культуры в целом [Летов 2012], которая еще не является их полной оцифровкой, но уже представляет собой «многообразие моделей, образовавшихся в результате

соединения цифровых технологий с иными формами деятельности и знаний» [Елькина 2018: 201].

Научно-техническая модернизация, позволяющая массово тиражировать и распространять культурные образцы и продукты, которые являются производящей основой современной массовой культуры, предполагает перенос на массовый уровень сознания рыночно-потребительские ценности и мироотношение [Сухина 2018]. Культурная индустрия выступает основой массовой культуры, а её продукты – усреднённые произведения кинематографии, журналистики и пр., используемые для манипулирования, поскольку не подразумевают обратной связи от потребителей. Однако, современные информационные технологии дают возможность распространять создаваемые информационные продукты для широкой аудитории и получать обратную связь, взаимодействовать с их потребителями [Самохвалов 2016]. Целью культурной индустрии является развитие, поддержание и обеспечение совместного характера устойчивой и продуктивной жизнедеятельности людей [Флиер 2012].

Индустрия развлечений, построенная на идеологии бизнеса, требует производства продукции массового спроса. К такой продукции относятся компьютерные и видеоигры, характеризующиеся яркостью, простотой, увлекательностью и остросюжетностью [Тендрякова 2008]; большую часть этих игр можно отнести к массовой культуре, не требующей утонченных переживаний от красоты, но рассчитанных прежде всего на широкий спрос и выгоду от реализации [Сухов 2015]. Поскольку

сутью культурной индустрии является стандартизация, тираж и охват как можно большего количества потребителей, то распространение игровой и сетевой виртуальной реальности имеет лавинообразный характер, когда растущее разнообразие и повсеместность медиа-форм и устройств, порожденные цифровыми и мобильными медиа, часто описываются как динамика, которая «лишает каждого человека и общество в целом базовой способности самостоятельно определять, когда обращать внимание и на что» [Stauff 2016: 194]. Это создаёт угрозу такому человеческому проявлению как личность. Феномен «личность» возможно рассматривать только во взаимодействии её носителя с обществом, а обезличивание в виртуальном мире или представление себя с помощью аватара ставит под сомнение возможность полноценного представления себя в этом качестве, более того, пребывание в виртуальном мире затрудняет осуществление единения с действительностью, с миром [Кошетарова & Лосинская 2019].

Информационная картина мира предлагается человеку в качестве социокультурной реальности, презентующей культуру и мировоззрение современного информационного общества [Басалаева 2016], которое стоит на том, что самым главным в жизнедеятельности, и человека, и общества являются информация и знания. Однако, мировоззрение не может быть сведено к ни к информации, ни к знаниям, поскольку сами по себе они безучастны по отношению к внутренней жизни человека, но его самосознание, то есть совокупность представлений о самом себе, о своей личности и её поведении, о своей жизни и её смысле, об

окружающем мире, становятся важнейшими его элементами. Поэтому сутью мировоззрения является выявление и представление взаимосвязи человека и окружающей его действительности [Нехорошков 2014].

Поскольку виртуальная реальность не тождественна окружающей действительности, её технологическая представленность по-разному влияет и на социобиологическую, и на духовно-культурную сущности человека, то представляется, что и на его самосознание, в частности мировоззрение, она будет оказывать особое влияние. Исследователи отмечают, что иногда имитация действительности в виртуальном мире практически неотличима от своего источника [Летов 2012], возможно, это происходит потому, что объекты виртуального мира нередко отсутствуют в действительности и симулякр создаётся только в сознании пользователя, а опоры на непосредственные чувственные реальные ощущения он не имеет. Возникает состояние сознания, которое можно назвать субъективной (вторичной) реальностью [Кошетарова & Лосинская 2019], то есть субъективность здесь представляет собой слияние виртуальной (психической) реальности самого субъекта и симулякра, при этом происходит «раздвоение», когда его тело принадлежит действительности, а большинство психических феноменов, например, высшие психические функции, воля, эмоции, «поглощаются» виртуальным миром и переходят в новое виртуальное тело [Емелин 2016]; происходит смешение, слияние реальностей: внутренней психической и техногенной виртуальной.

Проблема взаимодействия личности и техногенной виртуальной реальности может быть частично уточнена в ответе на следующий исследовательский вопрос: какое впечатление производит техногенная виртуальная реальность на человека, его личность и как это отображается на мировоззрении? Цель представленного исследования может быть определена как выявление особенностей влияния техногенного виртуального мира на мировоззрение личности.

Основная часть

Техногенная виртуальная реальность (далее – ТВР) является пространством, способным в полной мере удовлетворить потребности современного человека в получении им впечатлений (нередко в ущерб обычных физических потребностей), причем он эти впечатления собирает, экономя время, но не средства: получает их онлайн, зачастую не выходя из дома [Кошетарова & Лосинская 2019]. В психологии под впечатлением понимается психическое явление, состоящее из неясного восприятия сильно эмоционально окрашенного, что приводит к превосходству переживаний над познающей, рациональной его составляющей [Палагина 2002]. Потребность во впечатлениях связана с работой коры головного мозга, проявляется с раннего детства и является основой для развития мотивационной сферы личности [Божович 1968]. Значимые и сильные впечатления, полученные в особенно чувствительные периоды психического развития и оказывающие на него в дальнейшем решающее влияние, называют импрессионгом (от английского слова «impression» – впечатление)

[Викторова & Баткаева 2017]. Исследователями выделены четыре основные востребованные области получения впечатлений: во-первых, развлечение как пассивное получение положительных эмоций на уровне ощущений, во-вторых, обучение как активное получение впечатлений посредством учения, причем, совместный процесс предполагает большой интерес, в-третьих, так называемый «уход от реальности через действие, что требует погружение в происходящее», в-четвертых, получение впечатлений через прекрасное – находясь, пребывая в нём [Муртазина 2020]. Все эти области получения впечатлений представлены в ТВР в форме видео, аудио произведений, интерактивных обучающих программ, компьютерных игр, киберспорта, виртуальных выставок, дополненной реальности и пр.

Как у любого сложного и неоднозначного явления, у техногенной виртуальной реальности есть свои положительные и отрицательные стороны. К положительной стороне можно отнести использование виртуальной реальности в образовании, которая благодаря опоре «на достоверную информацию позволяет расширить объем знаний» [Хозе 2021: 70], используя сложные визуально-аудиально-пространственные модели, получить не возможный в обычных условиях опыт; в клинической психологии при «лечении тревожных расстройств, депрессии, аутизма» [Мейтнер & Селиванов 2021: 41]; в дополнительном профессиональном образовании, например, в автомобильных и авиатренажерах; для обучения спасателей, медиков; для создания сложных управленческих, экономических и

исторических стратегий [Сухов 2015]; для приобщения самых разных людей к культуре и истории, когда технологии виртуальной реальности и дополненной реальности могут переносить пользователей в определенный исторический период, «создавая ощущение того, какой была повседневная жизнь, в различных аспектах, от прогулок по городу или посещения храма до более сложных задач, таких как политика и война» [Kargas & Varoutas 2020]; культурного обучения в проектах виртуального наследия, учитывая, что «компьютерные игры не всегда являются культурными местами, но они раскрывают взаимодействие, которое может помочь понять культуру как процесс» [Champion 2020: 20]; кроме того, такая система может «вывести несколько культурных учреждений из изоляции и социальной изоляции, расширить доступность и обеспечить инновационные и демократические подходы к знакомству с культурным наследием, а также помочь в просвещении общества» [Nisiotis et al. 2020: 12]. Виртуальные технологии «расширяют количество людей, которых может заинтересовать получение культурного опыта» [Елькина 2018: 74], а также используются для создания виртуальных сообществ высоких идеалов или в качестве возможности и вести себя так, как неприемлемо в повседневной жизни – все это примеры особых человеческих отношений, которые содержат возможности для использования творческих и небывалых ранее реакций на новые условия [Jensen et al. 2012].

К отрицательным сторонам этих процессов можно отнести многочисленные, достоверно установленные факты, когда некоторые пользователи в ситуации тесного контакта с

виртуальной реальностью практически утрачивают способность различать действительность и её имитацию [Летов 2012], у них происходят субъективные искажения – преувеличение размеров областей тела, которыми «выполнялись» движения в виртуальном мире идентифицируемым персонажем [Яковлева & Варламов 2021] и «доминирование эмоционального начала над рациональным: так, в исследовании показано, как эмоциональные импульсы участвующей в исследовании выборки опережают их собственную рациональность» [Giraldo-Luque & Fernández-Rovira 2020: 11]; обратимость времени и правила игры приводит к утрате установления причинно-следственных связей [Сухов 2015]. «Комфорт и отсутствие приложения усилий для достижения желаемого» [Елькина 2018], а также алгоритмы программы или игры, созданные другими, приводят к ограничению свободы выбора и действия [Сухов 2015]. В содержании виртуальных игр существует разное отношение к привычным в обыденности нормам и правилам: так, например, отношение к мошенничеству неоднозначное. В многопользовательских играх обман приводит к преимуществу перед честными игроками. «Источником определенных норм служит социальное взаимодействие в игре, включающее в себя некоторые коммуникационные правила и пожелания виртуального мира» [Bylieva & Nam 2019: 372]. Нередко происходит замещение внутренней пустоты (из-за невозможности адаптироваться и обрести смысл жизни в информационном обществе) жизнью в виртуальных мирах [Кошетарова и др. 2018]. Происходит возникновение так называемого «постчеловека, лишённого антропологического и социального измерений»

[Елькина 2018]. Глобальной опасностью подобной ситуации является то, что с помощью техногенных виртуальных миров и созданных на их основе компьютерных игр возможно мощное манипулирование сознанием, интересантами которого являются крупнейшие корпорации. В частности, компьютерные игры тормозят развитие творческих способностей и вызывают зависимость у активных пользователей, содержат элементы воздействия, приводящие к побуждению определённых действий в реальности, таким образом они могут быть приравнены к инструментам информационной войны [Поликарпова & Поликарпова]. Происходит сведение на нет настоящей жизни, замена её имитацией и стимуляцией, что в свою очередь приводит к зависимости от виртуальной реальности [Новикова 2021] и может привести к утрате способности жить в подлинной культуре, обществе, которые неизбежно будут восприниматься как отмирающий придаток [Лешкевич 2019]. Неадекватное восприятие и понимание ценности жизни и смерти, отсутствие представления о конечности жизни и о необратимости определённых поступков и действий могут приводить к дезадаптации [Тендрякова 2008]. В целом, можно сделать вывод о том, что, если способность человеческого внимания к обработке информации переходит к машинам, это означает, что «не только развитие средств массовой информации дрейфует в сторону колонизации виртуального пространства» [Stauff 2016: 18].

Впечатления (импрессинги), благодаря силе воздействия на психику человека полученной информации и последующими за этим переживаниями, способны определять и оказывать влияние

на личностные смыслы и направленность сознания в различных предметных областях (нравственной, интеллектуальной и пр.) и развитие поведения человека [Викторова & Баткаева 2017]. Человеческому мозгу безразлично то, откуда пришло впечатление: из действительности или виртуальной реальности, однако, последняя устроена таким образом, что поддерживает биологическую характеристику мозга использовать наименее возможное количество энергии, а, следовательно, не развиваться ни когнитивно, ни эмоционально [Савельев 2022].

Вывод

Неоднозначное влияние техногенной виртуальной реальности на человека, может отражаться и на всех аспектах его мировоззрения. Аспекты мировоззрения, предложенные Д. А. Леонтьевым [Леонтьев 2003] сводятся к содержательному, ценностному, структурному и функциональному. Так, содержательный аспект мировоззрения, заключающий в себе представления о законах мироздания, может быть серьёзно искажён, если сведения об этих законах не носят научного характера, заведомо ложны или не позволяют создать правильных и устойчивых причинно-следственных связей. Нарушения ценностного аспекта мировоззрения может проистекать из неправильных представлений об основах человеческого общежития, отношения к окружающему миру, о том порядке вещей, который приемлем для человека; нарушение этого аспекта является результатом борьбы традиционных и трансгуманистических ценностей. Структурный аспект

мировоззрения сам по себе может быть охарактеризован по-разному: хорошо структурированным и неструктурированным, однако, перенос содержания, полученного в виртуальном мире в реальность в силу естественных сложностей его тождественности, может вносить хаос в структурированное мировоззрение и ещё более запутывать неструктурированное. Поскольку опыт, знания и представления, полученные в виртуальном мире неоднозначно переносятся во внешний, реальный мир, то функциональный аспект мировоззрения, отвечающий за особенности восприятия, осознания и осмысления человеком окружающей действительности и своих поступков, может испытывать наибольшие искажения из-за вынужденного пребывания человеком одновременно в двух мирах – реальном и виртуальном.

В мировоззрении личности отображаются её глубинные ценностно-смысловые структуры, основанные на его индивидуальном опыте и влиянии окружения; оно играет роль самосознания человека как личности [Леонтьев 2003], связанной с другими людьми, вступающей с ними в различные личностные взаимодействия и имеющая эмоционально-оценочные отношения к ним [Нехорошков 2014].

Особенно следует отметить, что в современном мире стали сильно заметны тенденции разделения людей по принадлежности к различным типам культуры: массовой и элитарной. Содержание техногенного виртуального пространства не является исключением, когда в него закладываются стандарты массовой культуры: шаблоны во всём, которые приводят к мировоззренческой профанации бытия человека [Сухина 2018].

Отсутствие творческого отношения к действительности в силу особенностей предлагаемого виртуального пространства, делает массовую цифровую культуру – культурой искусственной жизни [Галкин 2012], с её «искусственной формой» [Елькина 2018: 67].

Поскольку мозгу, как органу биологического существа безразлично, откуда идут стимулы – из действительности или виртуальности, а рациональная его деятельность чересчур энергозатратна, да к тому же ещё и требует приложения воли и разума (к чему мозг не особенно расположен) [Савельев 2022], то следует особенно следить за тем содержанием, которое предлагается человеку к ознакомлению и потреблению, как со стороны общества, так и отдельных его представителей. «Этот мир существует до тех пор, пока «там», в его центре, находятся сознательные существа» [Franck 2019: 18], поэтому наряду с виртуальной реальностью, предназначенной для непритязательного потребителя впечатлений, существуют образцы техногенной виртуальной реальности, имеющие эстетическую ценность и относимые к произведениям искусства [Сухов 2015] для людей, способных воспринять это без ущерба для своего мировоззрения, сохраняющих реалистичную картину мира, необходимую для управления широкими слоями потребителей типовых образцов массовой цифровой культуры.

Литература

- Басалаева, О. Г. (2016). Специализация информационного мировоззрения. *Гуманитарная информатика*, 11, 18–24. <https://doi.org/10.17223/23046082/11/3>
- Божович, Л. И. (1968). Личность и ее формирование в детском возрасте. (Психологическое исследование). Москва: Просвещение.
- Викторова, Е. В., & Баткаева, Е. Р. (2017). Впечатление как компонента и фактор социализации в коммуникативном пространстве Интернета. *Коммуникология*, 5(1), 88–98. <https://doi.org/10.21453/2311-3065-2017-5-1-88-98>
- Галкин, Д. В. (2012). Digital culture: методологические вопросы исследования культурной динамики от цифровых автоматов до техно-био-тварей. *Международный журнал исследований культуры*, 3(8), 11–16.
- Гусельцева, М. С. (2018). Метамодернизм в психологии: новые методологические стратегии и изменения субъективности. *Вестник Санкт-Петербургского университета. Психология*, 8(4), 327–340. <https://doi.org/10.21638/11701/spbu16.2018.402>
- Елькина, Е. Е. (2018). Цифровая культура как область междисциплинарных исследований: методологические подходы и тенденции развития. *Международный журнал открытых информационных технологий*, 6(12), 67–78. <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=36541874>
- Емелин, В. А. (2016). Симулякры и технологии виртуализации в информационном обществе. *Национальный психологический журнал*, 3(23), 86–97. <https://doi.org/10.11621/npj.2016.0313>
- Китова, Д. А. (2021). Мировоззрение как психологический феномен в обыденном представлении россиян. *Психологический журнал*, 42(4), 106–117. <https://doi.org/10.31857/S020595920016045-5>
- Кошетарова, Л. Н., & Лосинская, А. Ю. (2019). Флуктуации виртуальной реальности: модели виртуальной реальности в контексте культурной динамики. *Ценности и смыслы*, 1(59), 62–77.
- Кошетарова, Л. Н., Крутой, О. Б., & Лосинская, А. Ю. (2018). Идейность информационного общества. *Вестник Тамбовского университета. Серия: Общественные науки*, 4(14), 12–18.
- Леонтьев, Д. А. (2001). Мировоззрение. *Сибирский психологический журнал*, 18, 152.
- Летов, Е. В. (2012). Сущность и основные черты интеграционного процесса виртуальной реальности и культуры. *Вестник МГУКИ*, 2(46), 43–46. Режим доступа: <https://elibrary.ru/item.asp?id=17734620> (дата обращения: 15.05.2022).
- Лешкевич, Т. Г. (2019). Цифровые трансформации эпохи в проектах их воздействия на современного человека. *Вестник Томского государственного университета*, 439, 103–109. <https://doi.org/10.17223/15617793/439/12>
- Мейтнер, Л., & Селиванов, В. В. (2021). Критический анализ использования виртуальных технологий в клинической психологии в Европе (по

- содержанию журнала «Киберпсихология, поведение и социальные сети». *Современная зарубежная психология*, 10(2), 36–43. <https://doi.org/10.17759/jmfp.2021000001>
- Муртазина, Г. Ф. (2020). Экономика впечатлений новая социально-экономическая ступень общества в мировой теории и практике. *Новые импульсы развития: вопросы научных исследований*, 1(1), 173–176.
- Нехорошков, А. В. (2014). Мировоззрение субъекта: сущность, структура, диагностика. *Образование и саморазвитие*, 4(42), 74–79.
- Новикова, О. Н. (2021). Игрозация пространственно-временного бытия человека в контексте виртуальной реальности. *Социум и власть*, 4(90), 128–137. <https://doi.org/10.22394/1996-0522-2021-4>
- Поликарпова, В. А., & Поликарпова, Е. В. (2019). Компьютерные игры как инструмент мировой войны. *Манускрипт*, 12(8), 99–104. <https://doi.org/10.30853/manuscript.2019.8.19>
- Попов, Л. М., Насибуллов, К. И., & Устин, П. Н. (2017). Проблемы российской психологии и пути их решения. *Психологический журнал*, 38(4), 115–118. <https://doi.org/10.7868/S0205959217040109>
- Савельев, С. В. (2022, 28 сентября). Создание дур@ков. Интернет зависимость. *Youtube.com*. Режим доступа: <https://www.youtube.com/watch?v=nu34lc1S7bU> (дата обращения: 15.11.20122).
- Самохвалов, Д. С. (2016). *Историческая психология: основы историко-психологических исследований*. Минск: Изд-во БГУ.
- Сухина, И. Г. (2018). Массовая культура как глобализационный феномен. *Российский гуманитарный журнал*, 7(4), 260–272. <https://doi.org/10.15643/libartus-2018.4.2>
- Сухов, А. А. (2015). Погружение в виртуальные миры: междисциплинарное исследование современных компьютерных игр. Екатеринбург: Изд-во. ЦНОТ ИТО УрФУ.
- Тендрякова, М. В. (2008). Старые и новые подобные игры: игровая специализация виртуального пространства. *Культурно-историческая психология*, 2, 60–68.
- Палагина, Н. Н. (ред.) (2002). Учебный словарь и персоналии по возрастной и педагогической психологии. Бишкек: Изд-во КРСУ.
- Флиер, А. Я. (2012, май-июнь). Культурные индустрии в истории и современности: типы и технологии. *Информационный гуманитарный портал «Знание. Понимание. Уменье»*, 3. Режим доступа: http://zpu-journal.ru/e-zpu/2012/3/Fliyer_Cultural-Industriyes (данные обращения: 05.05.2022).
- Хозе, Е. Г. (2021). Виртуальная реальность и образование. *Современная зарубежная психология*, 10(3), 68–78. <https://doi.org/10.17759/jmfp.2021100307>
- Щукина, М. А. (2018). Прогнозы Б. Г. Ананьева и тенденции развития современной психологии. *Вестник Санкт-Петербургского университета. Психология и педагогика*, 8(3), 258–270. <https://doi.org/10.21638/11701/spbu16.2018.304>

- Яковлева, Н. В., & Варламов, А. В. (2021). Искажения в восприятии человеком собственного тела после выполнения подвижных заданий в виртуальной реальности. *Вестник РГГУ. Серия: Психология. Педагогика. Образование*, 2, 130–146. <https://doi.org/10.28995/2073-6398-2021-2-130-146>
- Bylieva, D. S., & Nam, T. (2019). Social Norms in Virtual Worlds of Computer Games. *Proceedings of the International Conference Communicative Strategies of Information Society (CSIS 2018)*, 369–373.
- Champion, E. M. (2020). Culturally Significant Presence in Single-player Computer Games. *Journal on Computing and Cultural Heritage (JOCCH)*, 13, 1–24. <https://doi.org/10.1145/3414831>
- Franck, G. (2019). The economy of attention. *Journal of Sociology*, 55(1), 8–19 <https://doi.org/10.1177/1440783318811778>
- Giraldo-Luque, S., & Fernández-Rovira, C. Redes sociales y consumo digital en jóvenes universitarios: economía de la atención y oligopolios de la comunicación en el siglo XXI. *Profesional de la información*, 29(5). <https://doi.org/10.3145/epi.2020.sep.28>
- Jensen, S. S., Phillips, L. G., & Strand, D. L. (2012). Virtual worlds as sites for social and cultural innovation. *Convergence*, 18(1), 3–10. <https://doi.org/10.1177/135485651141991118>
- Kargas, A., & Varoutas, D. (2019). Industry 4.0 in Cultural Industry: A Review on Digital Visualization for VR and AR Applications. In Bolognesi, B. C., & Santagati, C. (Eds.). *Impact of Industry 4.0 on Architecture and Cultural Heritage* (pp. 19). IGI Global. <https://doi.org/10.4018/978-1-7998-1234-0.ch001>
- Nisiotis, L., Alboul, L., & Beer, M. D. (2020). A Prototype that Fuses Virtual Reality, Robots, and Social Networks to Create a New Cyber–Physical–Social Eco–Society System for Cultural Heritage. *Sustainability*, 2(12), 645. <https://doi.org/10.3390/su12020645>
- Stauff, M. (2016). Taming Distraction: The Second Screen Assemblage, Television and the Classroom. *Media and Communication*, 4, 185. <https://doi.org/10.17645/mac.v4i3.538>

Информация об авторе

Москвитина Ольга Александровна – кандидат психологических наук, доцент, старший научный сотрудник, Психологический институт РАО (Россия, 125009, Москва, ул. Моховая, д. 9, стр. 4), ORCID: 0000-0001-6717-3983, mskvnlg@yandex.ru

THE IMPACT OF MAN-MADE VIRTUAL REALITY: FROM IMPRESSIONS TO A PERSON'S WORLDVIEW

Olga Moskvitina

Abstract: the phenomenon of virtual reality, understood as a man-made, provided with technological support and technical equipment environment that can create an imitation and simulation of reality: from the graphic representation of the world to the characteristics of human interaction with each other and the objects of the virtual world. The connection between mass culture and the content of technogenic virtual reality (TVR), which makes this reality a component of the cultural industry, is demonstrated. Various positive and negative aspects of technogenic virtual reality are revealed, in connection with their impact on the worldview of an individual. Possible distortions of the main aspects of a person's worldview are given: substantive, value, structural and functional in nature. As conditions for the occurrence of these distortions, the originality of the impressions received from the impact of TVR and the peculiarities of the work of the brain are put forward. It is concluded that the positive or negative impact of technogenic virtual reality on the worldview of the individual depends on the quality of its content, the purpose of use and the characteristics of the perception of this reality by an individual. Along with the template, standardized, utilitarian content of virtual reality intended for the mass consumer, there are its samples, designed for a narrow circle of connoisseurs, which can be equated to works of art. Such a division of society in a virtual technogenic space may additionally indicate the processes of division, disunity, simplification of society and dehumanization of people taking place in it.

Keywords: person's worldview, technogenic virtual reality, influence of impressions, mass culture, replication, elitism, cultural industry, meanings, mental functions, the brain.

References

- Basalaeva, O. G. (2016). Spetsializatsiia informatsionnogo mirovozzreniia [Specialization of information worldview]. *Gumanitarnaia informatika* [Humanitarian informatics], 11, 18–24. (In Russ). <https://doi.org/10.17223/23046082/11/3>
- Bozhovich, L. I. (1968). *Lichnost' i eeformirovanie v detskom vozraste. (Psikhologicheskoe issledovanie)* [Personality and its formation in childhood (Psychological research)]. Moscow: Education Publ. (In Russ).
- Bylieva, D. S., & Nam, T. (2019). Social Norms in Virtual Worlds of Computer Games. *Proceedings of the International Conference Communicative Strategies of Information Society (CSIS 2018)*, 369–373.
- Champion, E. M. (2020). Culturally Significant Presence in Single-player Computer Games. *Journal on Computing and Cultural Heritage (JOCCH)*, 13, 1–24. <https://doi.org/10.1145/3414831>
- El'kina, E. E. (2018). Tsifrovaia kul'tura kak oblast' mezhdistsiplinarnykh issledovani: metodologicheskie podkhody i tendentsii razvitiia [Digital culture as a field

- of interdisciplinary research: methodological approaches and development trends]. *Mezhdunarodnyi zhurnal otkrytykh informatsionnykh tekhnologii* [International Journal of Open Information Technologies], 6(12), 67–78. (In Russ). <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=36541874>
- Emelin, V. A. (2016). Simuliakry i tekhnologii virtualizatsii v informatsionnom obshchestve [Simulacra and virtualization technologies in the information society]. *Natsional'nyi psikhologicheskii zhurnal* [National Psychological Journal], 3(23), 86–97. (In Russ). <https://doi.org/10.11621/npj.2016.0313>
- Flier, A. Ia. (2012, May–June). Kul'turnye industrii v istoriii sovremennosti: tipy i tekhnologii [Cultural industries in history and modernity: types and technologies]. *Informatsionny i gumanitarnyi portal «Znanie. Ponimanie. Umen'e»* [Information humanitarian portal "Knowledge. Understanding. Skill"], 3. (In Russ). Available at: http://zpu-journal.ru/e-zpu/2012/3/Fliyer_Cultural-Industriyes (accessed: 05.05.2022).
- Franck, G. (2019). The economy of attention. *Journal of Sociology*, 55(1), 8–19 <https://doi.org/10.1177/1440783318811778>
- Galkin, D. V. (2012). Digital culture: metodologicheskie voprosy issledovaniia kul'turnoi dinamiki ot tsifrovyykh avtomatov do tekhnobio-tvarei [Digital culture: methodological issues of the study of cultural dynamics from digital automata to techno-bio-creatures]. *Mezhdunarodnyi zhurnal issledovaniia kul'tury* [International Journal of Cultural Studies], 3(8), 11–16. (In Russ).
- Giraldo-Luque, S., & Fernández-Rovira, C. Redes sociales y consumo digital en jóvenes universitarios: economía de la atención y oligopolios de la comunicación en el siglo XXI. *Profesional de la información*, 29(5). <https://doi.org/10.3145/epi.2020.sep.28>
- Guseltseva, M. S. (2018). Metamodernizm v psikhologii: novye metodologicheskie strategii i izmeneniia subektivnosti [Metamodernism in psychology: new methodological strategies and changes in subjectivity]. *Vestnik Sankt-Peterburgskogo universiteta. Psikhologiya* [Bulletin of St. Petersburg University. Psychology], 8(4), 327–340. (In Russ). <https://doi.org/10.21638/11701/spbu16.2018.402>
- Jensen, S. S., Phillips, L. G., & Strand, D. L. (2012). Virtual worlds as sites for social and cultural innovation. *Convergence*, 18(1), 3–10. <https://doi.org/10.1177/135485651141991118>
- Kargas, A., & Varoutas, D. (2019). Industry 4.0 in Cultural Industry: A Review on Digital Visualization for VR and AR Applications. In Bolognesi, B C., & Santagati, C. (Eds.). *Impact of Industry 4.0 on Architecture and Cultural Heritage* (pp. 19). IGI Global. <https://doi.org/10.4018/978-1-7998-1234-0.ch001>
- Khoze, E. G. (2021). Virtual'naiia real'nost' i obrazovanie [Virtual reality and education]. *Sovremennaia zarubezhnaia psikhologiya* [Modern foreign psychology], 10(3), 68–78. (In Russ). <https://doi.org/10.17759/jmfp.2021100307>
- Kitova, D. A. (2021). Mirovozzrenie kak psikhologicheskii fenomen v obydennom predstavlenii rossiian [Worldview as a psychological phenomenon in the everyday perception of Russians]. *Psikhologicheskii zhurnal* [Psychological

- Journal], 42(4), 106–117. (In Russ).
<https://doi.org/10.31857/S020595920016045-5>
- Koshetarova, L. N., & Losinskaia, A. Iu. (2019). Fluktuatsii virtual'noi real'nosti: modeli virtual'noi real'nosti v kontekste kul'turnoi dinamiki [Fluctuations of virtual reality: virtual reality models in the context of cultural dynamics]. *Tsennosti i smysly* [Values and meanings], 1(59), 62–77. (In Russ).
- Koshetarova, L. N., Krutoi, O. B., & Losinskaia, A. Iu. (2018). Ideinost' informatsionnogo obshchestva [The ideality of the information society]. *Vestnik Tambovskogo universiteta. Seriya: Obshchestvennye nauki* [Bulletin of the Tambov University. Series: Social Sciences], 4(14), 12–18. (In Russ).
- Leont'ev, D. A. (2001). Mirovozzrenie [Worldview]. *Sibirskii psikhologicheskii zhurnal* [Siberian Psychological Journal], 18, 152. (In Russ).
- Leshkevich, T. G. (2019). Tsifrovye transformatsii epokhi v proektakh ikh vozdeistviia na sovremennogo cheloveka [Digital transformations of the epoch in projects of their impact on modern man]. *Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta* [Bulletin of Tomsk State University], 439, 103–109. (In Russ). <https://doi.org/10.17223/15617793/439/12>
- Letov, E. V. (2012). Sushchnost' i osnovnye cherty integratsionnogo protsessa virtual'noi real'nosti i kul'tury [The essence and main features of the integration process of virtual reality and culture]. *Vestnik MGUKI* [Bulletin of MGUKI], 2(46), 43–46. Available at: (In Russ). <https://elibrary.ru/item.asp?id=17734620> (accessed: 15.05.2022).
- Meitner, L., & Selivanov, V. V. (2021). Kriticheskii analiz ispol'zovaniia virtual'nykh tekhnologii v klinicheskoi psikhologii v Evrope (po sodержaniuu zhurnala «Kiberpsikhologiya, povedenie i sotsial'nye seti») [Critical analysis of the use of virtual technologies in clinical psychology in Europe (according to the content of the journal «Cyberpsychology, behavior and social networks»). *Sovremennaiia zarubezhnaia psikhologiya* [Modern foreign psychology], 10(2), 36–43. (In Russ). <https://doi.org/10.17759/jmfp.2021000001>
- Murtazina, G. F. (2020). Ekonomika vpechatlenii novaia sotsial'no-ekonomicheskaiia stupen' obshchestva v mirovoi teorii i praktike [The economy of impressions is a new socio-economic stage of society in world theory and practice]. *Novye impul'sy razvitiia: voprosy nauchnykh issledovani* [New impulses of development: issues of scientific research], 1(1), 173–176. (In Russ).
- Nekhoroshkov, A. V. (2014). Mirovozzrenie sub"ekta: sushchnost', struktura, diagnostika [The worldview of the subject: essence, structure, diagnostics]. *Obrazovanie i samorazvitie* [Education and self-development], 4(42), 74–79. (In Russ).
- Nisiotis, L., Alboul, L., & Beer, M. D. (2020). A Prototype that Fuses Virtual Reality, Robots, and Social Networks to Create a New Cyber–Physical–Social Eco–Society System for Cultural Heritage. *Sustainability*, 2(12), 645. <https://doi.org/10.3390/su12020645>
- Novikova, O. N. (2021). Igrozatsiia prostranstvenno-vremennogo bytiia cheloveka v kontekste virtual'noi real'nosti [Gamification of the space-time existence of a

- person in the context of virtual reality]. *Sotsium i vlast'* [Society and power], 4(90), 128–137. (In Russ). <https://doi.org/10.22394/1996-0522-2021-4>
- Palagina, N. N. (red.) (2002). *Uchebnyi slovar' i personalii po vozrastnoi pedagogicheskoi psikhologii* [Educational dictionary and personalities on age and pedagogical psychology]. Bishkek: KRSU Publ. (In Russ).
- Polikarpova, V. A., & Polikarpova, E. V. (2019). Komp'iuternye igry kak instrument mirovoi voiny [Computer games as a tool of the world]. *Manuskript* [The manuscript], 12(8), 99–104. (In Russ). <https://doi.org/10.30853/manuskript.2019.8.19>
- Popov, L. M., Nasibullov, K. I., & Ustin, P. N. (2017). Problemy rossiiskoi psikhologii i puti ikh resheniia [Problems of Russian psychology and ways to solve them]. *Psikhologicheskii zhurnal* [Psychological Journal], 38(4), 115–118. (In Russ). <https://doi.org/10.7868/S0205959217040109>
- Samokhvalov, D. S. (2016). *Istoricheskaiia psikhologiiia: osnovy istoriko-psikhologicheskikh issledovaniia* [Historical psychology: fundamentals of historical and psychological research]. Minsk: BGU Publ. (In Russ).
- Savel'ev, S. V. (2022, September 28). Sozdanie dur@kov. Internet zavisimost' [Creation of fools. Internet addiction]. *Youtube.com* [Youtube.com]. (In Russ). Available at: <https://www.youtube.com/watch?v=nu34lc1S7bU> (accessed: 15.11.2022).
- Shchukina, M. A. (2018). Prognozy B. G. Anan'eva i tendentsii razvitiia sovremennoi psikhologii [Ananyev and trends in the development of modern psychology]. *Vestnik Sankt-Peterburgskogo universiteta. Psikhologiiia i pedagogika* [Bulletin of St. Petersburg University. Psychology and pedagogy], 8(3), 258–270. (In Russ). <https://doi.org/10.21638/11701/spbu16.2018.304>
- Stauff, M. (2016). Taming Distraction: The Second Screen Assemblage, Television and the Classroom. *Media and Communication*, 4, 185. <https://doi.10.17645/mac.v4i3.538>
- Sukhina, I. G. (2018). Massovaia kul'tura kak globalizatsionnyi fenomen [Mass culture as a globalizing phenomenon]. *Rossiiskii gumanitarnyi zhurnal* [Russian Humanitarian Journal], 7(4), 260–272. (In Russ). <https://doi.org/10.15643/libartrus-2018.4.2>
- Sukhov, A. A. (2015). *Pogruzhenie v virtual'nye miry: mezhdistsiplinarnoe issledovanie sovremennykh komp'iuternykh igr* [Immersion in virtual worlds: an interdisciplinary study of modern computer games]. Ekaterinburg, TsNOT ITOO UrFU Publ. (In Russ).
- Tendriakova, M. V. (2008). Staryei novye podobnye igry: igrovaia spetsializatsiia virtual'nogo prostranstva [Old and new similar games: game specialization of virtual space]. *Kul'turno-istoricheskaiia psikhologiiia* [Cultural and historical psychology], 2, 60–68. (In Russ).
- Viktorova, E. V., & Batkaeva, E. R. (2017). *Vpechatlenie kak komponenta i faktor sotsializatsii v kommunikativnom prostranstve Interneta* [Impression as a component and factor of socializations in the communicative space of the Internet]. *Kommunikologiiia* [Communicology], 5(1), 88–98. (In Russ). <https://doi.org/10.21453/2311-3065-2017-5-1-88-98>

Yakovleva, N. V., & Varlamov, A. V. (2021). Iskazheniia v vospriatii chelovekom sobstvennogo tela posle vypolneniia podvizhnykh zadaniy v virtual'noi real'nosti [Distortions in a person's body perception after performing dynamic tasks in virtual reality]. *Vestnik RGGU. Seriya «Psikhologiya. Pedagogika. Obrazovanie»* [Bulletin of the Russian State University. The series "Psychology. Pedagogy. Education"], 2, 130–146. (In Russ). <https://doi.org/10.28995/2073-6398-2021-2-130-146>

Author's information

Moskvitina Olga Aleksandrovna – Candidate of Psychological Sciences, Associate Professor, Senior Researcher at Psychological Institute of RAE (9, p. 4, Mokhovaya ul., Moscow, 125009, Russia), ORCID: 0000-0001-6717-3983, mskvnlg@yandex.ru

For citation:

Moskvitina, O.A. (2023). The impact of man-made virtual reality: from impressions to a person's worldview. *Experience industries. Socio-Cultural Research Technologies (EISCRT)*, 1(2), 194–216. (In Russian). [https://doi.org/10.34680/EISCRT-2023-1\(2\)-194-216](https://doi.org/10.34680/EISCRT-2023-1(2)-194-216)