

*Атаманюк З. М., Кулаков М. В.  
Університет Ушинського  
м. Одеса*

## **ПЕРЕДУМОВИ ВИВЧЕННЯ ВІРТУАЛЬНОЇ РЕАЛЬНОСТІ**

Віртуальна реальність – створений технічними засобами світ (об'єкти та суб'єкти), який передається людині через його відчуття: зір, слух, нюх, дотик і інші. Віртуальна реальність симулює як вплив, так і реакції на вплив. Об'єкти віртуальної реальності зазвичай ведуть себе близько до поведінки таких же об'єктів зі звичайної реальності. Користувач може впливати з реальними законами фізики (гравітація, властивості води, зіткнення з предметами, відображення і т. п.). Однак часто в розважальних цілях користувачам віртуальних реальностей дозволяється більше, ніж можливо в реальному житті.

Протягом останніх десятиліть ХХ століття відзначені процесами, достатнім чином змінили сучасну соціокультурну реальність. Розвиток засобів масової комунікації та впровадження нових інформаційних технологій призвело до того, що взаємодія людей в сучасному суспільстві все більше набуває віртуального характеру. В результаті інтенсивної глобалізації соціальних і культурних процесів стало можливим поява нового соціального простору, яке ми і називаємо віртуальною реальністю.

І, що найголовніше, кожна людина зараз, в тій чи іншій мірі, користується послугами віртуальної реальності. Вона може переглядати фільми або інший медіа-контент, спілкуватися з іншими людьми по мережі, імітувати соціальне життя і т.п. Цим дана тема і актуальна.

Перші ідеї віртуальної реальності оформилися в самих різних дискурсах. Концепція і практика віртуальної реальності почали зароджуватися в американській молодіжній контркультурі, комп'ютерної індустрії, літературі (наукова фантастика), військові розробки, космічних дослідженнях, мистецтві та дизайні.

Прийнято вважати, що ідея віртуальної реальності як «кіберпростору» вперше виникла в знаменитому фантастичному романі-техноутопії «Нейромант» Вільяма Гібсона, де кіберпростір зображується як колективна галюцинація мільйонів людей, яку вони відчувають одночасно в різних географічних місцях, з'єднані через комп'ютерну мережу один з одним. Однак, Гібсон вважав свій роман не пророкуванням майбутнього, а критикою сьогодення. Кіберпростір, керуючі їм безликі корпорації, відчуження технологій, створений пластичною хірургією ідеальний чоловік, підключений до кіберпростору через мозок і нервову систему – це все була алегорія соціального і культурного терору по відношенню до реальної людини.

Кіберпростір – це ментальна карта інформаційних ландшафтів в пам'яті комп'ютера в поєднанні з програмним забезпеченням. Це спосіб надати інформації топологічну визначеність, щоб людина могла звичним чином оперувати даними як речами, але на гіперфункціональному рівні, порівнянному з магією; віртуальна реальність і кіберпростір повинні будити уяву і дати можливість подолати екзистенціальну обмеженість реальності: вийти за межі смерті, часу і тривоги; анулювати свою занедбаність і кінцівку.

Однією з перших історико-теоретичних робіт про віртуальну реальність стала книга американського журналіста Ф. Хемміта «Віртуальна реальність» (1993). Автор розглядає історичні передумови становлення феномена віртуальної реальності в розвитку синтетичних можливостей кіно і кіно-симуляторів. Коріння ж функціональної концепції

віртуальної реальності в контексті осмислення перспектив комп'ютерних систем складаються, вважає він, в наступному:

- 1) функції комп'ютера здатні кардинально змінюватися в залежності від вдосконалення програмного забезпечення;
- 2) віртуальна реальність – оптимізований, більш «природний» для можливостей людини засіб орієнтації у світі електронної інформації;
- 3) операції з компонентами віртуальної реальності потенційно цілком ідентичні операціям з реальними інструментами та предметами;
- 4) праця в середовищі віртуальної реальності супроводжується ефектом легкості, швидкості, носить акцентовано ігровий характер;
- 5) виникає відчуття єдності машини з користувачем, переміщення останнього в віртуальний світ: вплив віртуальних об'єктів сприймається людиною аналогічно «звичайної» реальності, що часом породжує різні психологічні проблеми в тому числі і таке явище, як Інтернет-залежність.

*Балацкая А., Петина О. Б.  
Університет Ушинського  
г. Одесса*

### **СЕТЕВОЙ МАРКЕТИНГ В СОВРЕМЕННОМ ОБЩЕСТВЕ (НА МАТЕРИАЛАХ СОЦИОЛОГИЧЕСКОГО ОПРОСА)**

Работа в сетевом маркетинге является одной из форм частного предпринимательства. Для начинающих может быть удобна тем, что для открытия «своего бизнеса» не требуется крупных вложений. MLM является хорошей альтернативой для поглощения безработицы.

Главное, что необходимо знать о сетевом маркетинге– это именно один из методов продажи потребительских товаров. Этим MLM отличается от разного рода «пирамид», организаторы которых зарабатывают за счет взносов новых участников.

В сетевом маркетинге, наоборот, сеть строится для продажи товаров. Компания-производитель получает доход исключительно от продажи своей продукции. И участники сети MLM получают доход от продажи товаров с помощью людей, которые благодаря им обучились этому бизнесу.

Таким образом, многоуровневый маркетинг и экономическая ситуация в стране – стороны одной монеты, так как имеют тенденцию влиять друг на друга. Отношение украинцев к феномену сетевой торговли спорное.

Сетевые компании лучше переживают экономические кризисы, чем линейный бизнес. Сетевой маркетинг позволяет человеку самостоятельно выбирать темпы роста, график и занятость, а также партнёров по бизнесу. Дистрибьютор взаимодействует в сети на партнёрских условиях, что позволяет избежать отношений подчинённости.

**Цель:** исследовать отношение и доверие украинцев к многоуровневому/сетевому маркетингу.

**Предмет:** отношение украинцев к сетевому/многоуровневому маркетингу.

**Гипотезы:**

1. МЛМ определенно влияет на экономику Украины, скорее положительно, чем отрицательно.