

**Virtuality как фактор трансформации современной социокультурной реальности.**

**Коркия Эка Демуриевна**

*Кандидат наук*

*МГУ - Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова,*

*Социологический факультет, Москва, Россия*

*E-mail: ekakorkiya@mail.ru*

Последние десятилетия отмечены событиями, существенным образом трансформировавшими современную социокультурную реальность. Речь идет об активном вхождении в жизнь общества новейших информационных технологий, произошедшем в результате бурного развития электроники; а также о формировании и распространении особого типа умонастроения и мироощущения, концептуализированного в ряде философских, социологических, литературоведческих и культурологических теорий.

Технологические достижения последних лет заставили по-новому взглянуть на культурный виртуальный мир и существенно скорректировать его классическое содержание. Специфика современной виртуальности заключается в интерактивности, позволяющей заменить мысленную интерпретацию реальным воздействием, материально трансформирующим объект.

Современное культурное пространство претерпевает фундаментальные изменения, которые, прежде всего, связаны с «новой» информационной ситуацией. Информационные технологии нового века необозримо расширили привычный мир за счет киберпространства или виртуальной реальности.

В современном обществе неизмеримо больше коммуникаций. Тиражирование интеллектуального продукта, передача сведений о нем посредством печатных изданий, телеграфа, радио, телевидения, лекций и практических занятий в рамках системы всеобщего образования, а теперь еще и Internet- пространства вот что коренным образом отличает современное общество как информационное. И за словом «информация» [3] кроется именно коммуникация, а не знание.

Огромная техническая, экономическая, политическая, культурная роль информации объясняется именно тем, что она не содержательна («знание») и не предметна («продукт»). Информация операциональна. Информация служит обоснованием/оправданием действий. Поэтому она столь необходима современному человеку, ценна для него, воздействует на него. Поэтому в современном обществе информация - это идол. Информация - это коммуникация, операция трансляции символов, побуждающая к действию.

Создание образа - это всегда манипулирование знаками, символами, а коммуникации - это потоки символов. То, что выглядит как информационный поток, является процессом создания образа. Институты, безусловно, виртуализируются. Их нынешнее существование вполне адекватно описывается тремя характеристиками виртуальной реальности:

- нематериальность воздействия;
- условность параметров;
- эфемерность

Н. Карпицкий в работе «Онтология виртуальной реальности» рассматривает «смысловое представление виртуальной реальности на самом разном материале, пытаюсь найти в нем черты виртуальности, в частности - на примере зеркала, телефона, телевизора, сновидения, литературной действительности и внутрикомпьютерной образной реальности» [1]. Он пытается показать, что виртуальность «проникает в бытие наличествующих вещей, незаметно растекается по нашей обыденной действительности, пропитывая ее собой». Но, рассматривая широкий спектр продуцентов виртуальной реальности, автор также не упорядочивает их в типологию.

Создаваемая процессом виртуализации неосфера, как более высокое состояние неосферы, - это «продукт новой коммуникационной системы, основанной на сетевой, цифровой интеграции множества видов коммуникации, состоящий из совокупности образных миров» [2].

### **Литература**

1. Карпицкий Н. Онтология виртуальной реальности. Document HTML. URL: <http://tvfi.narod.ru>
2. Говорухина М.Ю. Виртуальная реальность или реальная виртуальность. Информационная эпоха: Мир – Россия – Урал, Екатеринбург, 2009.
3. Kroker A., Cook D. The postmodern scene: Experimental culture and hiper-aesthetics. Macmillan, 1998.