

Н.Б. КИРИЛЛОВА

# «ВИРТУАЛЬНАЯ РЕАЛЬНОСТЬ» И «ВИРТУАЛИЗАЦИЯ КУЛЬТУРЫ» КАК КОНЦЕПТЫ СОВРЕМЕННОЙ КУЛЬТУРОЛОГИИ

---

---

**Наталья Борисовна Кириллова,**

Уральский федеральный университет  
им. первого Президента России Б.Н. Ельцина,  
кафедра культурологии и социально-культурной  
деятельности,  
заведующая  
Ленина просп., д. 51, Екатеринбург, 620000, Россия

доктор культурологии, профессор  
E-mail: urfo@bk.ru

---

---

**Реферат.** Рассматриваются новые концепты культурологии «виртуальная реальность» и «виртуализация культуры». Следует отметить, что понимание «виртуальности» как инобытия и ее осмысление предпринималось еще в античности. А в 1990-е гг. понятия «виртуальная реальность», «киберпространство», «виртуализация сознания» и другие стали настолько модными трендами, что сегодня без них трудно представить социокультурную сферу.

В статье три основных раздела. В первом анализируются теоретические аспекты изучения виртуальной реальности, которая стала объектом исследования разных гуманитарных наук, но приоритетная роль в изучении киберпространства как особой социокультурной среды обитания человека принадлежит культурологии. Именно она актуализировала вопросы развития медиакультуры как феномена информационной эпохи. Объектом анализа во втором разделе является Интернет как «универсальное пространство свободной коммуникации» (М. Кастельс). Из всех новых медиа именно Интернет

можно считать «ключевой технологией» коммуникации и коммуникативистики. Общение индивида с Интернетом, его внедрение во все сферы человеческой деятельности привело к появлению такого понятия, как «интернет-культура».

В третьем разделе киберпространство рассматривается как новая социокультурная среда обитания современного человека. В отличие от традиционных медиа Интернет как важный фактор культуры XXI в. является не просто средством хранения и передачи информации, но и универсальной платформой — пространством для социально-культурной деятельности и творческой активности личности.

**Ключевые слова:** виртуальная реальность, киберпространство, виртуализация культуры, медиакультура, информационно-коммуникационные технологии, интернет-культура, интерактивность, социокультурная среда, медиаобразование.

**Для цитирования:** Кириллова Н.Б. «Виртуальная реальность» и «виртуализация культуры» как концепты современной культурологии // Обсерватория культуры. 2017. Т. 14, № 5. С. 524–531. DOI: 10.25281/2072-3156-2017-14-5-524-531.

**С**овременную эпоху принято называть информационной, обусловленной формированием глобальной медиасреды, основанной на новейших цифровых технологиях, что оказывает воздействие на все сферы социально-культурной деятельности. Сегодня никто не будет спорить с американским социологом и футуро-

логом Э. Тоффлером, который определил в конце XX в. новые параметры устройства общества, «базирующиеся не на богатстве или насилии, а на интеллекте и знании, которые дает информация» [1, с. 8]. Таким образом, характерной приметой нашего времени является власть информации, власть медиа.

Определяющим фактором информационной эпохи стала медиакultura, составной частью которой является культура экранная (кино, телевидение, мультимедиа, компьютерные технологии, Интернет и др.). Эволюция экранной культуры — от кино к Интернету — базируется на постоянно обновляющемся арсенале визуальных технических средств, каждый из которых становится все более индивидуальным, реалистичным и интерактивным.

Информационный взрыв рубежа XX—XXI вв. связан с новыми информационно-коммуникационными технологиями (ИКТ), которые в свою очередь привели к появлению иного типа реальности — виртуальной, пространство которой стало новой средой обитания человека. Понимание «виртуальности» как инобытия и ее осмысление предпринималось еще в античности. А в конце 1990-х гг. понятия «виртуальная реальность», «киберпространство», «виртуализация культуры» и другие стали настолько модными трендами, что сегодня без них трудно представить социокультурную сферу — будь то теоретические исследования или практика реального бытования [2, с. 245].

Массовая одержимость «экранами» виртуальной реальности привела к критическому отношению к ИКТ. Многие исследователи вслед за французскими постструктуралистами, в частности Ж. Бодрийяром, стали воспринимать новые медиа как «симулякры» физической реальности [3, с. 5–7], оказывающие негативное воздействие на жизнедеятельность индивида, или, по методу Р. Барта, — как «семиотическую систему мифологизации реальности» [4, с. 271].

И все же нельзя недооценивать влияние компьютерных технологий и Интернета на современную культуру и социально-культурную деятельность в целом. Сетевой лексикон прочно вошел в повседневную речь, интернет-порталы диктуют последние тенденции и моду на образ жизни, внешний вид, сферу потребления. Виртуальная культура не замещает реальность, а существует параллельно. Как отмечает Д.О. Усанова, «она не всегда нацелена, в отличие от физической деятельности, на получение готового конечного продукта, что обуславливает ее меньшую утилитарность и прагматичность, однако она дает больший уклон в творчество, что позволяет характеризовать виртуальную культуру как культуру высшего уровня» [5, с. 395–396].

## ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ИЗУЧЕНИЯ ВИРТУАЛЬНОЙ РЕАЛЬНОСТИ

**П**риоритетная роль в изучении виртуальной реальности как нового социально-культурного пространства принадлежит культурологии. Ее методологические принципы, обосновывающие систему коммуникаций в сфере культуры, представлены в трудах О.Н. Астафьевой, В.С. Библера, П.С. Гуревича, Я.Б. Иоскевича, М.С. Кагана, А.С. Кармина, Л.Н. Когана, И.В. Кондакова, А.В. Костиной, Ю.М. Лотмана, А.Я. Флиера, Н.А. Хренова и др.

Особое место в источниковедении занимают фундаментальные работы зарубежных и отечественных исследователей (культурологов, социологов, философов), посвященные формированию и развитию медийной культуры, ее знаковой системы, влияющей на общественное сознание и процесс социализации личности. Речь идет о трудах Р. Барта, Н. Больца, Ж. Бодрийяра, Ж. Делеза, Л.Б. Зубановой, М. Кастельса, Н.Б. Кирилловой, Ю. Кристевой, Н. Лумана, М. Маклюэна, К.Э. Разлогова, Э. Тоффлера, Д.О. Усановой, А. Федорова, О.В. Шлыковой и др. В упомянутых работах дан анализ процесса формирования информационного общества, главной характеристикой которого является медиальность, отмечается «виртуализация» современной культуры, основанной на аудиовизуальном синтезе.

Термин «виртуальная реальность», получивший в XXI в. широкое распространение, является довольно расплывчатым. Так, для философа Д.В. Пивоварова его содержание сводится к тому, что «это искусственная реализация в знаково-графической форме той или иной мыслимой возможности (абстрактной или конкретной), которая не осуществилась или не осуществится естественным путем» [6, с. 47]. А по мнению исследователя С.Л. Катречко, бытуют несколько смыслов данного понятия, главным из которых стало понимание виртуальной реальности «как искусственно созданного человеком аналога физического мира», который отличается «вариативностью и непостоянностью». С этой точки зрения «виртуальным можно назвать любой искусственный (культурный) мир, существующий непродолжительный промежуток реального времени» [7, с. 60–62] — мир книги, киноленты, театрального спектакля. Свое видение виртуальности дал американский социолог М. Кастельс, утверждая, что «мы живем в условиях особой культуры, которая является виртуальной, поскольку строится на виртуальных процессах коммуникаций, управляемых электроникой». Именно это отличает культуру информационной эпохи: «через виртуальность мы в основном и производим наше творение смысла» [8, с. 237].

Что касается философско-культурологического осмысления виртуальности, то оно, как считает

Д.О. Усанова, «может быть представлено как динамика следующих ключевых вариантов прочтения: 1) виртуальность как инобытие, несуществующая реальность; 2) виртуальность как непознанная реальность; 3) виртуальность как утопия — идеальная реальность; 4) виртуальность как внутренний мир, субъективно-переживаемая индивидом реальность; 5) виртуальность как мнимая имитационная реальность (псевдореальность); 6) виртуальность как информационно-техническое пространство — киберпространство: технически-опосредованная среда, как информационный ресурс современного общества, как медийная среда культуры» [5].

«Виртуальная реальность, — по мнению Я.Б. Иоскевича, — это новая концепция мира, возникшая в неупорядоченной стихии коммуникационных процессов и в результате развития информационных, преимущественно визуально ориентированных, технологий» [9, с. 308]. При этом западные исследователи считают, что основой виртуальности являются только технологии, а российская концепция виртуальности связана с «искусственным», «вымышленным» миром культурной практики, оперирующей знаками, образами, символами.

Множество научных объяснений понятия «виртуальная реальность» и «виртуализация культуры», а также непрекращающиеся споры по данному поводу дали почву для зарождения «виртуалистики» как специализированной научной дисциплины и толчок для изучения процессов виртуализации в разных сферах человеческой деятельности: в сфере культуры, религии, политики, науки, образования и др. Распространение ИКТ привело к изменениям всех составляющих социокультурного поля. Культурологический анализ процесса виртуализации культуры предполагает исчерпывающее рассмотрение данных изменений.

Американский исследователь Ф. Хэммит, выявляя истоки виртуальной реальности, считает, что причиной феномена «виртуализации» является ряд факторов, основанных на совершенствовании синтетических функций кино. Ф. Хэммит справедливо предположил, что будущее стоит за виртуальной реальностью, и фундаментальные исследования в данной области в скором времени станут необходимостью, а не просто очередным модным веянием и что «функции компьютера способны кардинально меняться в зависимости от совершенствования программного обеспечения» [10, р. 104].

Сегодня мы в полной мере ощущаем эту способность виртуального пространства захватывать все новые и новые рубежи социально-культурной сферы человека. С одной стороны, увеличение технического оснащения дает большой набор инструментов социально-культурной деятельности, с другой — всеобщая доступность этих инструментов сводит на нет необходимость в обращении к специалистам в данной области. Например, создание пу-

бличной страницы какого-то мероприятия в социальной сети, несомненно, вызывает повышенный интерес интернет-аудитории. Однако не факт, что это виртуальное внимание привлечет реальных посетителей, ведь наблюдать за происходящим можно с помощью той же социальной сети, но без особых финансовых, эмоциональных и физических затрат.

Виртуальная реальность, по мнению Ф. Хэммита, — «это оптимизированный для возможностей человека способ ориентации в мире электронной информации, созданный на основе “дружественного” функционально-интерактивного интерфейса. Более того, работа в сфере виртуальной реальности сопровождается эффектами легкости и скорости и носит игровой характер» [10, р. 104]. Возникает ощущение единства машины с пользователем, и «перемещения» последнего в виртуальный мир, воздействие виртуальных объектов воспринимается человеком аналогично «обычной реальности», что делает компьютер незаменимым помощником. Виртуальная реальность книги, фильма, спектакля уступают виртуальной реальности компьютера благодаря его интерактивной составляющей. Ф. Хэммит не идеализирует виртуальную реальность, отмечая возможности ее негативного воздействия на психику и восприятие физического мира, но констатирует, что применение технологий виртуальной реальности в области досуга и образования является наиболее перспективным.

Некоторые исследователи, например Р.А. Барышев, склонны разводить понятия «виртуальная реальность» и «киберпространство», определяя второе как «виртуальное социальное поле бытия человека, обнаруживающее себя в рамках взаимодействия компьютера, сетей и человека» [11, с. 15].

Таким образом, если виртуальную реальность рассматривать как продукт технических нововведений, то культурная практика в киберпространстве представляет интерес и отвечает запросам гуманитарного знания. И все же уточним, что в нашей статье использование данных понятий свидетельствует о появлении *новейшего социально-культурного поля*, рожденного технологическим и информационным взрывом.

## ИНТЕРНЕТ КАК «УНИВЕРСАЛЬНОЕ ПРОСТРАНСТВО СВОБОДНОЙ КОММУНИКАЦИИ»

**А**RPANET, предвестник Интернета, датой разработки которого принято считать 29 октября 1969 г., изначально по своей природе был «пространством свободы», несмотря на то, что экспериментальный проект разрабатывался под покровительством Министерства обороны США [12].

Интересно также, что Интернет даже в стадии своего первоначального существования не подвергался жесткой цензуре, будучи закрытой сетью, коммуникации в которой были доступны только узкому кругу военных, студентов и преподавателей. Сегодня интернет-пространство каждой страны в той или иной степени подвластно ее законодательству, в число норм которого входит и контроль над нелегальным распространением запрещенных товаров. Однако полностью подконтрольным Интернет не может быть изначально по своей технологической природе.

В книге «Галактика Интернет: размышления об Интернете, бизнесе и обществе» М. Кастельс называет Интернет «универсальным социальным пространством свободной коммуникации», а также «ключевой технологией информационной эпохи», считая его воплощением «культуры свободы и личного творчества» [8, с. 3–4]. Как его использовать, каково его наполнение — все это зависит от воли самих пользователей. В киберкультуре М. Кастельс выделяет четыре равноценных субкультуры: культура техноэлиты, культура хакеров, культура обывателей и культура предпринимателей, из которых «самыми свободными» социолог называет техноэлиту, т. е. разработчиков. Можно поспорить с мнением автора, но совершенно очевидно, что Интернет как технология свободной коммуникации для ее функционирования требует специальных навыков. Чем шире их арсенал, тем свободнее доступ к информации.

Очень важно и то, что Интернет на сегодняшний день является самым обширным хранилищем информации и одним из самых популярных средств ее передачи. Его преимущество как технологии коммуникации заключается в том, что в отличие от телеили радиовещания, направленных на предоставление массовой информации, Интернет способен, помимо передачи информации, служить инструментом межличностной коммуникации, как групповой, так и индивидуальной.

При этом процесс постоянного накопления информации сопровождается процессом совершенствования механизмов и средств ее хранения и передачи. Именно информация является важнейшим ресурсом в любой сфере человеческой деятельности — от точных наук до культуры и политики.

Традиционные печатные СМИ (книги, журналы, газеты и др.) на рубеже XX — XXI вв. «демассифицируются» [13, с. 216], т. е. выходят небольшими тиражами, а не многомиллионными, как в индустриальную эпоху, но все они имеют онлайн-версию, с которой можно ознакомиться в Интернете. Если электронные массовые медиа, такие как радио и телевидение, раньше были атрибутами каждого дома, то теперь человек волен сам выбирать нужные ему информационные ресурсы, темы и программы.

Тем более, что интернет-пространство сегодня — это и электронные библиотеки, и виртуальные музеи, и картинные галереи, и виртуальные театры, кино-, концертные залы, и другие составляющие социально-культурного поля. Общение индивида с Интернетом, его возможность «войти» в разные сферы социокультурной деятельности, реализовать собственный творческий потенциал породило такое понятие, как «интернет-культура».

Однако воспитанный телевещанием человек привык воспринимать готовую информацию достаточно поверхностно, не подвергая ее глубокому осмыслению и анализу. Эта «клиповость» восприятия и мышления в Интернете создает проблемы для пользователя: огромное количество источников информации, обилие навязчивой рекламы, слишком много неаргументированных точек зрения. Многообразие информации порождает необходимость в обучении грамотного ее использования. Неслучайно одним из ведущих направлений современной педагогики стала система медиаобразования, связанная с повышением медиаграмотности всех социальных групп населения, особенно подростков и молодежи.

## КИБЕРПРОСТРАНСТВО КАК НОВАЯ СОЦИОКУЛЬТУРНАЯ СРЕДА ОБИТАНИЯ ЧЕЛОВЕКА

**Р**асшифровывая значение «виртуальной реальности», мы констатировали уменьшение временного масштаба, временную непротяженность явлений, их скорость и динамичность. Схема течения времени в виртуальном пространстве скорее похожа на паутину — любое событие связано ссылками с предыдущим и последующим. У времени виртуальной реальности нет прошлого и будущего в привычном понимании, однако есть строгие логические связи.

Существует даже концепция технократического бессмертия, которая порождена идеями о вечном разуме, искусственном интеллекте и «оцифровке» сознания и является крайне утопичной. Подтверждением несостоятельности этой идеи может стать факт движения от объекта к объекту (например, в Сети — от файла к файлу, от страницы к странице) или такое понятие, как «скорость соединения». Можно предположить, что это движение — лишь его иллюзия. Однако даже в виртуальном мире у объектов есть подобие продолжительности жизни — сайты открываются и закрываются, страницы форумов прекращают свою активность. Чем больше мы используем объект, тем более он жив, как только активность прекращается — его время иссякает. Пример того же форума — поле диалогов име-

ет свое прошлое и настоящее: прошлое — более давние высказывания, настоящее — только что влитые реплики, и даже будущее — мигающее многоочие в строке ввода текста. Но киберпространство дает новую жизнь этим привычным измерениям — колесо прокрутки предоставляет возможность снова и снова читать предыдущие записи, т. е. возвращаться в прошлое.

Называя Интернет «средой» или «местом обитания», В.М. Розин утверждает, что Всемирная сеть порождает собственную урбанистику — виртуальную: «Город принес новые формы общения и жизни, стимулировал потребность в путешествиях и открытиях. Сегодня говорят о “планете Интернет” и даже о “вселенной Интернет”» [14, с. 4]. Но планета, как и вселенная, создана без участия людей, а «сеть сетей», подобно городу, имеет социальную природу. Поэтому В.М. Розин считает возможным говорить именно об урбанистике Интернета. Люди благоустраивают свои ареалы обитания в сетевом пространстве подобно тому, как они строят дома и квартиры. Можно провести параллели между местом жительства и домашней страничкой пользователя социальной сети.

Практически любая веб-страница содержит ссылки на другие страницы, рекламные блоки, дружественные сайты — таким образом, отдельные виртуальные объекты, как пункты на карте, складываются в некие виртуальные регионы, чаще всего тематические. «Тела (объекты) в Web-мире не просто существуют, — пишет В.В. Никитаев, — они, в некотором роде, живут. Запрос по одному и тому же ключу через одну и ту же поисковую систему, повторенный через некоторое время, даст уже другой результат, чем в первый раз; и чем больше времени между запросами пройдет, тем более будут отличаться результаты. Собранные клиентом адреса-гиперссылки “устаревают” и “умирают”: зайдя по ним через некоторое время, можно столкнуться с тем, что сайт переехал или что “по указанному адресу” просто ничего нет...» [15, с. 89]. Гиперссылка становится способом организации виртуального пространства, а способом ориентации на этом неразвернутом в плоскости пространстве становятся различные поисковые системы.

Если расшифровывать киберпространство как «биоэлектронную среду», как синтез технологии и сознания, то можно согласиться с тезисом В.В. Никитаева о том, что киберпространство семиотично: «...В какой сущности или объекте может достигаться единство материального, идущего от внешнего мира, и идеального, идущего от человеческого сознания?.. Ответ: в знаке» [15, с. 79]. Объекты виртуального пространства не являются ни физическими, ни метафизическими, но они (те же веб-страницы) представляют собой продукты человеческой деятельности.

Объекты киберпространства нематериальны, что обуславливает и нематериальность проистекающих в нем явлений и событий. Их переживание рождает у пользователя различные виртуальные состояния, именуемые «погружением». Переживания событий компьютерной виртуальной реальности во многом схожи с событиями мира сна или художественного вымысла, но не совсем, так как в отличие от них во многом объективны и обладают свойствами, присущими явлениям физического (реального) мира. Интерактивность привносит момент субъективности, но и не исключает роли авторской задумки. Интерактивный продукт — это оцифрованный объект, которым кто-то, кроме создателя, может пользоваться. Интерактивный мир — это гигантский комплекс взаимодействия техники и информатики с разными гуманитарными науками, культурой и искусством. Тем самым, как отмечает К.Э. Разлогов, «текст культуры превращается в глобальный интертекст — взаимодействие многих текстов... взаимодействие игрового начала в интерактивности играет все большую роль... <...> Интернет дает огромные возможности пространственных и временных скачков от одних типов текстов к другим... <...> Эффект реальности аудиовизуального образа превращается в механизм глобальной фальсификации, который, в свою очередь, приобретает облик стопроцентной достоверности» [16, с. 36–37].

Восприятие киберпространства не как техносферы, а как социокультурного пространства, все большая «интуитивизация» компьютера, приближение пользования технологиями к обыденному поведению пользователя привлекает все большее количество «приверженцев» и усложняет отношения человека и машины. Теперь человек оперирует не просто символами — числами, языками программирования, сложным компьютерным обеспечением, а взаимодействует с ними напрямую. Точнее, взаимодействует с новым типом значений, которые машина зашифровывает и расшифровывает самостоятельно без его участия. А это в свою очередь рождает опасения и представления об Интернете как об инструменте манипуляции человеческим сознанием. В этой связи следует отметить, что в исследовательской среде преобладает критичное отношение к «зомбирующим» способностям Сети, тем более к такому явлению, как «интернет-зависимость», которая не диагностируется как психическое расстройство или заболевание.

Интернет, как явление медийной культуры, полифункционален. С одной стороны, он является одной из «основ», на которых строится современная глобальная культура: это средство производства, обмена и хранения информации, самое полное, доступное и быстрое; это коммуникатор и посредник, источник познания и релаксации, опережающий в конкуренции печать, радио, телевидение. С другой стороны, Интернет — это пространство сво-

боды, трибуна общественного мнения, платформа для творческого самовыражения, т. е. инструмент социокультурной деятельности.

Реальность, созданная телевидением, отличается от интернет-реальности тем, что в одном случае зритель имеет дело с имитацией реальности, а в другом — с симуляцией. Симуляция предполагает не просто изображение реально существующего объекта, но создание собственного — киберреальности. У виртуальной реальности нет образца. Телевидение, что особенно видно на примере формата реалити-шоу, стремится как можно более правдоподобно и убедительно изобразить «настоящий» мир. В этом плане виртуальная реальность оказывается более самостоятельной и творческой.

А отличие компьютерной виртуальной реальности от кинематографической заключается в том, что мир кино или литературы — это мир художественного вымысла, противопоставленный реальности. Ж. Делез в книге «Кино» констатирует, что «законы реальности кинематографа противопоставлены не столько законам физической реальности, сколько актуальности» [17, с. 18]. Впрочем, это высказывание скорее относится к «виртуальной видимости» кино, то есть «видимости за пределами взгляда» [17, с. 19]. Что касается виртуальной реальности Интернета, то интернет-объекты не имеют заданного прописанного сценария, любые исходы являются лишь вероятными возможностями. Мир художественного вымысла оживает лишь в соотношении с реальным миром — он либо его отображает, либо опровергает. Виртуальная реальность не соотносима с реальным миром, независима от него. И можно согласиться с О.В. Аронсоном в том, что «интернет-образы — это не образы мира, но сам мир, ставший образом» [18, с. 153].

Вопрос оценки влияния социокультурного пространства Интернета на современного человека и общество в целом остается одним из самых актуальных и проблемных. С одной стороны, компьютер и Интернет открывают новые возможности для общения, обучения, проведения досуга. Пользование интернет-ресурсами позволяет значительно сократить физические и экономические расходы. Вместе с тем Интернет погружает человека в другую реальность, привлекает к иным формам общения, что зачастую негативно влияет на его способность устанавливать контакты и взаимодействовать с объектами мира физического. Во многих технологически развитых странах получил распространение феномен, в Японии названный «хиккомори», а в англоязычных странах — «neet». Это целое поколение молодых людей, которым пользование Сетью позволяет прожить жизнь, не выходя из комнаты, — они пользуются исключительно онлайн-магазинами, казино, кинотеатрами, форумами и живут настолько насыщенной электронной жизнью,

что в физическом плане становятся настоящими затворниками [19].

Ситуация в современной России аналогична. Так, киберпространство сегодня — важный фактор социально-культурной среды детей, подростков, юношества. С одной стороны, она включает в себя интерактивные образовательные программы, электронные тренажеры, мультимедийные учебники и др.; с другой — все многообразие интерактивных развлечений и услуг, проявляя себя через разнообразные компьютерные игры, видеоклипы, рекламные ролики, телепрограммы и т. д.

Компьютерные игры для любого возраста — наиболее востребованные элементы виртуальной среды. Они включают широкий спектр электронных игр, инструментом, полноценным партнером и неподкупным арбитром в которых является компьютер с его широкими вычислительными, логическими и визуальными возможностями. Именно наличие такого высокоинтеллектуального партнера придает данным играм особую притягательность. В результате гиперактивности подростков и молодежи в виртуальном пространстве формируется специфический тип личности, основанный на особой коммуникативной культуре «нереального» взаимодействия, что деформирует социально-эстетический облик мира в молодежной субкультуре. Социализация в реальном мире постепенно заменяется социализацией в мире виртуальном, это проявляется в конечном итоге в самоизоляции, потере внутренних ориентиров и социальной пассивности молодежи.

Вот почему многие современные исследователи придают большое значение «экологии культуры в пространстве экрана», считая, что необходима активная социокультурная регуляция системы коммуникации, восприятия и творчества через медиаобразование.

Как бы ни были различны оценки влияния виртуализации культуры на образ жизни и мышление человека, сам факт этого влияния очевиден. Интернет — не просто формат обмена информацией, это настоящее поле жизнедеятельности, предоставляющее суррогатные решения практически всех социально-культурных потребностей человека. Виртуальный мир компьютерной реальности и Сети стал важнейшим фактором культуры XXI века. В отличие от традиционных медиа Интернет помогает активному самостоятельному выстраиванию индивидуального информационно-коммуникационного поля, что делает его не просто средством хранения и передачи информации, а универсальной платформой социально-культурной деятельности и творческой активности личности.

#### Список источников

1. Тоффлер Э. Метаморфозы власти: знание, богатство и сила на пороге XXI века. Москва : АСТ, 2003. 669 с.

2. Кириллова Н.Б. Медиалогия. Москва : Академический проект, 2015. 424 с.
3. Бодрийяр Ж. К критике политической экономии знака. Москва : Академический проект, 2007. 335 с.
4. Барт Р. Мифологии. Москва : Академический проект, 2008. 351 с.
5. Усанова Д.О. Виртуальная культура как феномен современности и ее репрезентация в субкультурных практиках // Теория и практика общественного развития. 2013. № 11. С. 395–397.
6. Социальная философия : словарь / под ред. В.Е. Кемерова, Т.Х. Керимова. Москва : Академический проект, 2003. 556 с.
7. Катречко С. Трансформация сознания в эпоху Интернета // Влияние Интернета на сознание и структуру знания. Москва : Институт философии РАН, 2004. С. 57–72.
8. Кастельс М. Галактика Интернет: размышление об Интернете, бизнесе и обществе. Екатеринбург : У-Фактория : Изд-во Гуманитарного ун-та, 2014. 327 с.
9. Иоскевич Я. Интернет как новая среда художественной культуры // Экранная культура. Теоретические проблемы : сб. статей / [отв. ред. К.Э. Разлогов]. Санкт-Петербург : Дмитрий Буланин, 2012. С. 299–336.
10. Hammet F. Virtual reality. New York, 1993. 213 p.
11. Барышев Р.А. Личность в контексте киберпространства // Вестник Челябинского государственного университета. Философия. Социология. Культурология. 2011. № 2 (217). Вып. 20. С. 15–18.
12. Снедден Р. Изобретения XX века. Интернет. Москва : Махаон, 1998. 48 с.
13. Кириллова Н.Б. Медиакультура: теория, история, практика : учеб. пособ. Москва : Академический проект : Культура, 2008, 496 с.
14. Розин В.М. Интернет — новая информационная технология, семиозис, виртуальная среда // Влияние Интернета на сознание и структуру знания. Москва : Институт философии РАН, 2004. С. 3–23.
15. Никитаев В.В. Пространство и время WWW // Влияние Интернета на сознание и структуру знания. Москва : Институт философии РАН, 2004. С. 73–93.
16. Разлогов К.Э. Экран как мясорубка культурного дискурса // Экранная культура : теоретические проблемы : сб. статей / отв. ред. К.Э. Разлогов. Санкт-Петербург : Дмитрий Буланин, 2012. С. 9–37.
17. Делез Ж. Кино / науч. ред. и автор вступ. ст. О. Аронсон. Москва : Ад Маргинем, 2004. 624 с.
18. Аронсон О.В. Образы информации // Влияние Интернета на сознание и структуру знания. Москва : Институт философии РАН, 2004. С. 131–161.
19. Teo A.R. Social isolation associated with depression: A case report of hikikomori // International Journal of Social Psychiatry. 2013. № 59 (4). P. 339–341.

---

---

## “VIRTUAL REALITY” AND “VIRTUALIZATION OF CULTURE” AS CONCEPTS OF MODERN CULTURAL STUDIES

NATALIA B. KIRILLOVA

Ural Federal University named after the First President of Russia B.N. Yeltsin, 51, Lenina Av., Yekaterinburg, 620000, Russia  
E-mail: urfo@bk.ru

**Abstract.** *The article discusses the new concepts of cultural studies: “virtual reality” and “virtualization of culture”. It should be noted that attempts to understand “virtuality” as another existence and to comprehend it were made even in antiquity. In the 1990s, the concepts of “virtual reality”, “cyberspace”, “virtualization of consciousness”, etc. became fashionable trends, so that today it is hard to imagine the socio-cultural sphere without them.*

*The article has three main sections. The first one analyzes theoretical aspects of the study of virtual reality, which is the object of studies of different humanitarian sciences; however, the priority role in the study of cyberspace as a special social and cultural human environment belongs to cultu-*

*ral studies. They actualized the development of media culture as a phenomenon of the information age. In the second section, the object of analysis is the Internet as a “universal space of free communication” (M. Castells). Of all new media, just the Internet can be considered the “key technology” of communicology and communication studies. The communication between the individual and the Internet, its application in all spheres of human activity, caused the emergence of such concept as “Internet culture”.*

*In the third section, the cyberspace is considered as a new social and cultural environment of modern human. Unlike traditional media, the Internet, as an important factor of the culture of the 21st century, is not only a means of storing and transmitting information, but also a universal platform — a space for social and cultural practice and personal creative activity.*

**Key words:** virtual reality, cyberspace, virtualization of culture, media culture, information and communication technology, Internet culture, interactivity, social and cultural environment, media education.

**Citation:** Kirillova N.B. “Virtual Reality” and “Virtualization of Culture” as Concepts of Modern Cultural Studies, *Observatory of Culture*, 2017, vol. 14, no. 5, pp. 524–531. DOI: 10.25281/2072-3156-2017-14-5-524-531.

## References

1. Toffler A. *Powershift: Knowledge, Wealth and Violence at the Edge of the 21st Century*. Moscow, AST Publ., 2003, 669 p. (in Russ.).
2. Kirillova N.B. *Medialogiya* [Medialogy]. Moscow, Akademicheskii Proekt Publ., 2015, 424 p.
3. Baudrillard J. *K kritike politicheskoi ekonomii znaka* [For a Critique of the Political Economy of the Sign]. Moscow, Akademicheskii Proekt Publ., 2007, 335 p.
4. Barthes R. *Mifologii* [Mythologies]. Moscow, Akademicheskii Proekt Publ., 2008, 351 p.
5. Usanova D.O. Virtual'naya kul'tura kak fenomen sovremennosti i ee reprezentatsiya v subkul'turnykh praktikakh [Virtual Culture as a Phenomenon of the Modern Times and its Representation in the Subcultural Practices], *Teoriya i praktika obshchestvennogo razvitiya* [Theory and Practice of Social Development], 2013, no. 11, pp. 395–397.
6. Kemerov V.E., Kerimov T.Kh. (eds). *Sotsial'naya filosofiya: slovar'* [Social Philosophy: Dictionary]. Moscow, Akademicheskii Proekt Publ., 2003, 556 p.
7. Katrechko S. Transformatsiya soznaniya v epokhu Interneta [Transformation of Consciousness in the Internet Era], *Vliyanie Interneta na soznanie i strukturu znaniya* [Influence of the Internet on the Consciousness and Structure of Knowledge]. Moscow, Institut Filosofii RAN Publ., 2004, pp. 57–72.
8. Castells M. *Galaktika Internet: razmyshlenie ob Internete, biznese i obshchestve* [The Internet Galaxy: Reflections on the Internet, Business, and Society]. Yekaterinburg, U-Faktoriya Publ., Gumanitarnogo Universiteta Publ., 2014, 327 p.
9. Ioskevich Ya. Internet kak novaya sreda khudozhestvennoi kul'tury [The Internet as a New Medium of Artistic Culture], *Ekrannaya kul'tura. Teoreticheskie problemy: sb. statei* [Screen Culture. Theoretical Problems: collected articles]. St. Petersburg, Dmitrii Bulanin Publ., 2012, pp. 299–336.
10. Hammet F. *Virtual reality*. New York, 1993, 213 p.
11. Baryshev R.A. Lichnost' v kontekste kiberprostranstva [Personality in the Context of Cyberspace], *Vestnik Chelyabinskogo gosudarstvennogo universiteta. Filosofiya. Sotsiologiya. Kul'turologiya* [Bulletin of the Chelyabinsk State University. Philosophy. Sociology. Culturology], 2011, no. 2 (217), issue 20, pp. 15–18.
12. Snedden R. *Izobreteniya XX veka. Internet* [Inventions of the 20th Century. The Internet]. Moscow, Makhaon Publ., 1998, 48 p.
13. Kirillova N.B. *Mediakul'tura: teoriya, istoriya, praktika: ucheb. posob.* [Media Culture: Theory, History, Practice: tutorial]. Moscow, Akademicheskii Proekt Publ., Kul'tura Publ., 2008, 496 p.
14. Rozin V.M. Internet – novaya informatsionnaya tekhnologiya, semiozis, virtual'naya sreda [The Internet – A New Information Technology, Semiosis, Virtual Environment], *Vliyanie Interneta na soznanie i strukturu znaniya* [Influence of the Internet on the Consciousness and Structure of Knowledge]. Moscow, Institut Filosofii RAN Publ., 2004, pp. 3–23.
15. Nikitaev V.V. Prostranstvo i vremya WWW [WWW Space and Time], *Vliyanie Interneta na soznanie i strukturu znaniya* [Influence of the Internet on the Consciousness and Structure of Knowledge]. Moscow, Institut filosofii RAN Publ., 2004, pp. 73–93.
16. Razlogov K.E. Ekran kak myasorubka kul'turnogo diskursa [The Screen as a Chopper for the Cultural Discourse], *Ekrannaya kul'tura: teoreticheskie problemy: sb. statei* [Screen Culture. Theoretical Problems: collected articles]. St. Petersburg, Dmitrii Bulanin Publ., 2012, pp. 9–37.
17. Deleuze G. *Kino* [Cinema]. Moscow, Ad Marginem Publ., 2004, 624 p.
18. Aronson O.V. Obrazy informatsii [Images of Information], *Vliyanie interneta na soznanie i strukturu znaniya* [Influence of the Internet on the Consciousness and Structure of Knowledge]. Moscow, Institut Filosofii RAN Publ., 2004, pp. 131–161.
19. Teo A.R. Social Isolation Associated with Depression: A Case report of Hikikomori, *International Journal of Social Psychiatry*, 2013, no. 59 (4), pp. 339–341.