

УДК 1:316.4

**ДЗЬОБАНЬ О.П.**, доктор філософських наук, професор, професор кафедри філософії Національного юридичного університету ім. Ярослава Мудрого

**ЖДАНЕНКО С.Б.**, кандидат філософських наук, доцент, доцент кафедри філософії Національного юридичного університету ім. Ярослава Мудрого

## **ВІРТУАЛЬНІ КОМУНІКАЦІЇ: РОЛЬ Й МІСЦЕ У СУЧАСНОМУ СВІТІ**

***Анотація.** Показано, що віртуальна реальність все більше інтегрується в сучасне суспільство. В умовах активних інформаційних обмінів виникає новий тип комунікативної культури, в якому піддаються перетворенням майже всі історично освоєні форми взаємодії, головними властивостями якої є розширення соціальних інститутів, які формують простір віртуальних комунікацій і нелінійний спосіб їх існування.*

***Ключові слова:** комунікації, віртуальні комунікації, інформаційне суспільство, інформаційне середовище, інформаційно-комунікаційні технології.*

***Аннотация.** Показано, что виртуальная реальность все больше интегрируется в современное общество. В условиях активных информационных обменов возникает новый тип коммуникативной культуры, в котором подвергаются преобразованию практически все исторически освоенные формы взаимодействия, главными свойствами которого являются расширение социальных институтов, формирующих пространство виртуальных коммуникаций, и нелинейный способ их существования.*

***Ключевые слова:** коммуникации, виртуальные коммуникации, информационное общество, информационная среда, информационно-коммуникационные технологии.*

***Summary.** It is shown that virtual reality is becoming increasingly integrated into modern society. In terms of active information exchange, a new type of communicative culture arises, changing virtually all historically assimilated forms of interaction, the main features of which are the expansion of the social institutions that form the virtual space of communication and non-linear way of their existence.*

***Keywords:** communication, virtual communication, information society, information environment, information and communication technologies.*

**Постановка проблеми.** У сучасному світі спостерігається глобальна тенденція розширення форм і способів соціокультурної комунікації. Інформаційна революція, одним з досягнень якої стала поява Інтернету, вплинула на всі комунікативні процеси, призвела до появи глобального комунікаційного простору, в який залучаються все більше й більше мешканців Землі. Науково-технічна революція, зокрема розвиток інформаційних технологій, зробили доступним вихід в Інтернет не тільки зі стаціонарного комп'ютера, але і планшета, комунікатора або навіть мобільного телефону. Загально доступними стають не тільки постійний зв'язок, але і можливість оперативного отримання необхідної інформації. Інтернет, будучи інноваційним медіа-простором сучасних масових комунікацій, здійснює величезний вплив на соціокультурні практики як окремих індивідів, так і всього суспільства.

Інформатизація суспільства пов'язана з виникненням і розвитком об'єктивно обумовлених інформаційних технологій. Із зростанням і ускладненням керованих систем виник інформаційний бар'єр, який неможливо було подолати без створення програмованих електронних засобів для збору, накопичення, переробки та поширення інформації.

Збільшення кількості та ускладнення суспільних об'єктів і зв'язків між ними зумовили появу великих масивів інформації, що вимагало якісного стрибка в обробці первинної інформації з метою отримання інформації нової якості про стан суб'єкта, процесу або явища, тобто інформаційного продукту.

Необмеженість, поліфункціональність віртуальних комунікацій і універсальний віртуальний контент мають позитивний потенціал впливу на особистість і суспільство, розширюючи і прискорюючи можливості соціокультурних взаємодій. Ризики віртуальних комунікацій полягають у проникненні певних регресивних тенденцій з віртуальної реальності в соціальну і в негативному впливі на соціокультурні моделі поведінки комунікантів.

Виникає протиріччя між стрімким розширенням нових комунікативних технологій з одного боку, і адекватною дослідницькою рефлексією цього явища з іншого.

*Результати аналізу наукових джерел і публікацій*, зокрема [1 – 15], свідчать, що в сучасному соціально-гуманітарному знанні існує безліч спеціалізованих концепцій, які певним чином описують комунікаційні феномени. Для того, щоб усвідомити їх істотні сторони, зрозуміти механізми їхнього розвитку і пояснити пов'язані з ними парадоксальні метаморфози, необхідною є філософська концептуалізація як комунікаційних процесів взагалі, так і соціокультурної комунікації зокрема.

**Метою статті** є уточнення деяких аспектів новітньої модифікації феномена соціокультурної комунікації – віртуальних комунікацій.

**Виклад основного матеріалу.** Будь-яка соціокультурна комунікація виникає в результаті обміну інформацією між соціальними суб'єктами за допомогою певної знаково-символічної системи, створеної в процесі розвитку людської спільноти, що транслюється від покоління до покоління й постійно модифікується. Проте, з загальним кількісним зростанням комунікацій у сучасному глобалізованому суспільстві відбувається парадоксальне явище: культурно-трансляційні процеси слабшають, інновації починають превалювати над традиціями, що не може не призводити до зниження суспільної значущості соціокультурної комунікації, а отже – й до якісного регресу соціальних комунікацій, який фіксується в концепті масової культури.

Віртуальна комунікація є якісно новим видом взаємодії й помітно відрізняється від міжособистісної та масової комунікації. Вона виникла й відбувається в рамках віртуального середовища, тому в першу чергу характеризується можливістю діадичного (двонаправленого) спілкування з великим числом індивідів одночасно. Зростання можливостей для взаємодії між різними суб'єктами, засноване на безперервному збільшенні швидкості та обсягів переданої інформації, робить учасників взаємодії більш вибірковими. Трансформуються способи й методи обміну інформацією, відбувається помітне спрощення існуючих мовних засобів. Виникають нові скорочені варіанти слів, в Інтернет-просторі менш суворо дотримуються лексичних та граматичних норм. Усе це, з одного боку, прискорює процес взаємодії, а з іншого – призводить до проблеми коректності сприйняття подібних повідомлень усіма учасниками комунікації.

За прогнозами американської аналітичної фірми International Data Corporation, яка спеціалізується на дослідженнях ринку інформаційних технологій, кількість даних на планеті буде як мінімум подвоюватися кожні два роки аж до 2020 року. Вже зараз сучасна людина за місяць отримує й обробляє стільки інформації, скільки люди XVII століття – за все життя. В одній тільки мережі Facebook щомісяця викладається 30 млрд. нових джерел інформації. У 2011 році загальний світовий обсяг згенерованих людством даних склав понад 1,8 зеттабайт (1,8 трлн Гб), що в 57 разів більше, аніж піщинок на всіх пляжах Землі [1].

Стрімке розширення ролі нових інформаційних технологій, а головне – Інтернету, призвело до збільшення “щільності” особистісних і міжгрупових комунікацій. Це дає можливість змінювати напрямок потоку цих комунікацій, створюючи можливість трансформації соціальної структури суспільства [2, с. 94].

Формат Інтернет-сервісів дозволяє швидко і просто ділитися короткими повідомленнями та посиланнями з іншими користувачами, не обтяжуючи авторів необхідністю оформлення думки. Ці цифри величезні, враховуючи, що в 2014 році Інтернет нараховував близько 3 мільярдів користувачів по всьому світу. Можна сказати, що соціальні мережі стали однією з провідних платформ комунікації, які об’єднують і створюють комунікативні потоки, одночасно формуючи сильні та слабкі зв’язки між комунікантами, виробляють культурну дифузю й формують власні мовні одиниці й мему, які успішно резонують і поза віртуальним простором.

З розвитком мобільних технологій і злиттям телефонної та веб-платформ особливе місце у віртуальних комунікаціях став займати мобільний Інтернет, в результаті чого користувачі можуть знаходитися в режимі он-лайн навіть далеко від своїх комп’ютерів, а деякі навіть віддають перевагу й використовують такий спосіб зв’язку для ведення своїх блогів і проєктів. З розвитком мобільних технологій слід очікувати кардинального збільшення відсотка мобільного Інтернету в житті користувачів віртуальних комунікацій. А враховуючи ще й сучасні засоби розповсюдження інформації, такі, як соціальні мережі та мікроблоги, не залишається сумнівів, що такий спосіб поширення новин перевершує за ефективністю будь-які ЗМІ або інформантства.

Інтернет вже не можна розглядати просто як глобальну комп’ютерну мережу. Сьогодні Інтернет – це платформа нового віртуального світу, “новий вимір”, що існує поряд з реальним соціальним життям і відображає його особливості. У цьому середовищі поведінка людей регулюється іншими нормами моралі й етики, заснованими на здебільшого помилкових відчуття анонімності й безкарності [3].

Здешевлюючи комунікації, Інтернет принципово спрощує процес організації різних масштабів і напрямів, децентралізуючи таким чином соціальне проектування та його можливості. Очевидними інструментами соціального проектування стали сайти, форуми та соціальні мережі. Вони дозволяють проектувати соціальні групи та цілі спільноти за будь-якими характеристиками (віковими, професійними, за інтересами тощо).

В умовах такого активного інформаційного обміну виникає новий тип культури, в якому піддаються перетворенням майже всі історично освоєні форми взаємодії. Характеризуючи цю взаємодію, сучасні дослідники головними її властивостями вказують розширення соціальних інститутів, які формують простір віртуальних комунікацій і нелінійний спосіб їх існування [4 – 6]. Експонентне зростання інформаційних технологій визначило основні трансформації у формах комунікації в основному завдяки їх повсюдній віртуалізації. Таким чином, багато видів професійної й соціально-культурної діяльності переходять у віртуальний простір. Саме завдяки віртуальним комунікаціям сьогодні здійснюється управління й функціонування суспільства, вони стали важливим інструментом, за допомогою якого реалізується влада. Світ повсякденності змінився завдяки інтерактивним комунікаціям, експансуючи можливості соціалізації, вони ускладнили способи конструювання моделей суб’єктивності й формування ідентичності. Такий крок у нову реальність створює додаткові проблеми, суттю яких стали принципи і норми адаптації людського мислення до умов технічно облаштованих та штучно створених соціальних груп і середовищ існування.

Кожна епоха відображає свій тип комунікації, породжує чільні культурні форми. Інформаційне суспільство відображає очевидну тенденцію до тотального домінування телекомунікаційних та інформаційних технологій. Тотальність інформаційно-комунікаційних технологій та їх функції в життєдіяльності сучасного соціуму вказують на їх виняткову роль. Ці технології фактично створюють глобальну технологічну інфраструктуру, стають інформаційною суперсистемою життєзабезпечення всього людства. Його стабільне існування стає все більш залежним від цих технологій, що представляють собою базові форми реалізації соціального життя у сучасному світі. Технологічна оснащеність, таким чином, хоч і є умовою розвитку глобалізації, але й формує характер аспектів її розвитку.

Технологічна частина глобалізації проявляється у феномені *глобалізації технологій* як мегатенденції, спрямованої на утворення глобального технологічного порядку. Унікальним він є, зокрема тому, що подібні прецеденти відсутні в історії розвитку людства. Це стало можливим завдяки розвитку сучасних інформаційно-телекомунікаційних технологій, саме завдяки яким і виникає сама глобалізація та її аспекти.

Інформаційно-телекомунікаційні технології є підставою для глобалізації. Сьогодні прояв технологічності можна побачити і в політичних, і в економічних та культурних процесах, оскільки в наші дні вони все частіше формуються з ефектів від безпосереднього використання інформаційно-комунікаційних технологій.

Передбачається, що в рамках глобалізації технологій, інформаційно-комунікаційні технології є найважливішими її агентами, переважно за допомогою яких вона й розвивається. Так вони виступають інструментом глобалізації технологій, що так само визначає їх сучасне існування, тим самим вказуючи на ще одну роль – роль об’єкта її впливу. Таким чином, інформаційно-телекомунікаційні технології в цьому випадку виступають відразу у двох ролях, як об’єкт і як засіб технологічної глобалізації; реалізація інформаційно-комунікаційних технологій методом самовпливу характеризує спосіб її реалізації.

Отже, глобалізація технологій в інформаційно-комунікаційному контексті – це процес трансформації інформаційно-комунікаційних технологій у систему планетарного масштабу. Технології у цьому процесі актуалізуються в полі практичної діяльності, а інформаційно-телекомунікаційні технології – через комунікацію. Технологічний компонент сучасних комунікацій представлений глобальними системами телебачення і радіомовлення, Інтернетом, мобільними телекомунікаціями. На понятійному рівні, інформаційно-комунікаційні технології – це сукупність технологій, що забезпечують обробку, передачу, зберігання й виробництво інформації. Ці технології проявляються як інтегративні системи, функціонування яких здійснюється за рахунок діяльності людей, техніки, мереж та інформаційних ресурсів, що об’єднують їх. Виникнення на основі інформаційно-комунікаційних технологій комунікаційної інфраструктури соціуму призводить до якісних трансформацій його організації на глибинному рівні [7].

Комунікаційна картина світу на початку XXI століття зазнала низки якісних змін, що виражаються у швидкому розвитку унікального типу комунікації, названої мережевою. Такі характеристики мережі, як її принципова відкритість, відсутність централізації, багатопоточність, повторюваність, стільникова структура, що визначає єдність мережі, забезпечують домінуючі позиції для мережевої комунікації в сучасному комунікаційному просторі. Переваги мережевої комунікації проявляють себе в процесі інформаційної глобалізації, що відіграє важливу роль у створенні світової спільноти.

Таким чином, можна стверджувати, що інформаційно-комунікаційні технології є одним з головних засобів, оскільки саме вони близькі до феномену комунікації як до способу існування суспільства. Його існування утверджується на основі спільної дії індивідів і утворюється за допомогою безперервного відновлення й підтримання контактів між людьми. Комунікаційне ядро соціуму утворює сферу ustalених значень конвенційного характеру. У цьому сенсі розвиток інформаційно-комунікаційних технологій змінює всю комунікаційну структуру суспільства, таким чином змінюючи всю фактуру останнього. Порядок комунікаційних змін суспільства викликаний стрімким розвитком інформаційно-комунікаційних технологій, відкриває сутність змін, що відбуваються всередині нього.

Глобалізація інформаційно-комунікаційних технологій виділяє не тільки масштаб інтеграції світової спільноти, але і якість цієї інтеграції, що логічним чином позначається й на природі соціального. Зростаюча роль сучасних інформаційно-комунікаційних технологій у суспільстві призводить до сильної технологізації соціальних комунікацій, що позначається на зростанні технологізації самої соціальної сфери. Ця ситуація найбільше виявляє себе у повсякденному житті віртуальних соціумів, для яких головним принципом інтеграції є просто здійсненість доступу індивіда до інформаційно-телекомунікаційних технологій [2, с. 105].

Віртуалізуючись, сучасне суспільство не припиняє свого існування, а змінюється. Технології віртуальної реальності опосередковані комп'ютерно, створені імперативом раціоналізації суспільства, виявилися найефективнішими інструментами його симуляції. І тепер імператив симуляції призводить до перетворення віртуальних комунікацій в інфраструктуру будь-якої людської дії і переміщення логіки віртуальної реальності у статус парадигмальної для цього дії. Таким чином, визначається роль технологій віртуальних комунікацій: вони являють собою інфраструктуру віртуалізації суспільства за допомогою мережі Інтернет.

Інтернет – це середовище і засіб існування, яке знаходиться поза суспільством, існує нібито без нього, якщо трактувати суспільство в класичному для соціальної філософії розумінні як систему інститутів. Нормативна структура суспільства не бере участі в процесі комунікацій, що відбуваються через Інтернет. При цьому, важливо відзначити, що інституційна структура опосередковано здійснює вплив на Інтернет, а саме:

- Інтернет як комплекс технічних засобів надає соціальним інститутам основу для здійснення комунікативних функцій;
- Інтернет перетворився на глобальний історичний і соціокультурний феномен тільки після того, як він став зручною платформою для неінституціоналізованих, невідконтрольованих суспільству комунікацій;
- в Інтернеті традиційні соціальні інститути не можуть функціонувати як нормативні структури, а існують у ньому як образи, що піддаються трансляції і такі, якими можливо керувати.

Інституційність в Інтернеті симулюється, а комунікації набувають образу інституціоналізованих дій, якщо це потрібно звичками і стандартам сприйняття комунікантів.

Комунікації, опосередковані Інтернетом, не орієнтовані на групові та інституціональні норми, що визначають діяльність людей у їх повсякденному житті. Навіть більше, Інтернет – це середовище, в якому розвиваються віртуальні спільноти, альтернатива реальним спільнотам. Активність Інтернет-комунікантів, їх сили і час зазнають змін орієнтування із звичайних взаємодій з реальними колегами, друзями,

сусідами і родичами на комунікації опосередковані віртуально, що дозволяє їм представляти собою взаємодію віртуального з настільки ж віртуальними партнерами. Таке спілкування за допомогою Інтернету приваблює багатьох своєю знеособленістю, а також здатністю конструювати й перетворювати віртуальну особистість. Інтернет-комунікації пропонують свободу самоідентифікації: віртуальне ім'я, статус, звички, переваги і вади. Однак разом з цим відбувається і відчуження, втрата реального статусу. Інтернет – це засіб перетворення особистості як індивідуальної характеристики і особистості в масштабі історичного та соціокультурного феномена. Варто відзначити, що особистість – це новоєвропейський соціокультурний феномен. Так, ще 5 століть назад не існувало поняття “особистості” як суспільного явища. Такі характеристики особистості, як персональний стиль виконання соціальної ролі в суспільстві, стабільна самоідентифікація тощо активними користувачами віртуальних комунікацій губляться; не усвідомлено або свідомо ними формується мінлива або розмита ідентичність. Відбувається віртуалізація не тільки суспільства, але і породженої ним особи [8].

Сучасне суспільство несе у своїй структурі волю до віртуальності. Наслідком конкуренції і взаємодії образів-стилізацій стає поява нових нерівностей. У свою чергу, вони перетворюють звичну стратифікаційну структуру. Успішно маніпулюючий віртуальними образами або просто залучений у процес індивід, зазвичай набуває досить високого соціального статусу. В результаті дана людина орієнтується на імператив віртуалізації суспільства і у власних практиках. Ті ж, чії практики спрямовані на позавіртуальне суспільство, з великою ймовірністю виявляються в нижніх шарах стратифікаційної піраміди.

В контексті цього, досить цікавою уявляється модель сучасного суспільства запропонована М. Паєтау у рамках розробленої ним теорії “віртуалізації соціального”. В основі лежить сформульована Н. Луманом пропозиція про розгляд суспільства як глобальної комунікаційної системи. М. Паєтау вважає формування гіперпростору мережі Інтернет результатом застосування суспільством сучасних форм взаємодії з метою самовідтворення – “аутопойезису” [9, с. 162]. Одночасно з традиційними формами комунікації – “реальною” організацією й інтеракцією, комп'ютерно-опосередкована взаємодія відіграє помітну роль у створенні соціальності. Зміни суспільства розглядаються як структурна диференціація системи, поштовхом для якої послужили віртуальні аналоги традиційних комунікацій. Теза про перманентну структурну диференціацію займає настільки важливе місце у системній теорії, як уявлення про постійне зростання продуктивних сил в марксистському історичному матеріалізмі. Це дає дослідникам даної проблеми підстави для аналізу феномена віртуалізації як нового системного ефекту.

Сучасне суспільство набуває все більше спільного з віртуальною реальністю. Це дозволяє з повною впевненістю говорити про віртуалізацію соціуму й застосовувати аналогічні характеристики при дослідженні цих двох понять. Можна вважати, що віртуалізація являє собою будь-яку підміну реальності її образом (симуляцією). При цьому симуляція, що заміщає, не обов'язково повинна бути сформована за допомогою комп'ютерних технологій. Єдиною обов'язковою умовою є застосування у процесі формування віртуальних моделей логіки віртуальної реальності. Наприклад, під віртуальною економікою розуміють як процес ведення обліку та контролю операцій за допомогою спеціалізованих комп'ютерних програм і Інтернету, так і економіку, в якій спекуляції на біржі перевищують матеріальне виробництво. У свою чергу, віртуальною політикою можна вважати як агітацію в соціальних мережах, так і боротьбу за владу за допомогою теледебатів і рекламних акцій [10].

У постмодерністську, постіндустріальну епоху перетворення суспільства набуває іншого характеру, аніж передбачуваний теоретиками інформаційного суспільства. Їх моделі, як і моделі віртуалізації Вейнстейна, Крокера, Бюля і Паєтау, ґрунтуються на стереотипному розумінні суспільства як системи інститутів. Інституційне суспільство, таким чином, фактично є тією об'єктивною і стійкою складовою людського життя, яку можна іменувати реальністю. Але, як показали свого часу П. Бергер, Т. Лукман та М. Вебер, інституційний устрій – це соціально-історична реальність, результат самовідтчування людини [11; 12]. В останні десятиліття, перетворення цієї реальності у віртуальну, можна сказати ефемерну, характеризується таким постмодерністським принципом як *anything goes* (“дозволено все”), і в першу чергу визначається її історичністю. Так, в епоху постмодерну людська сутність стає відчуженою у віртуальну, а не в соціальну реальність, причому, багато в чому завдяки сучасним способам комунікацій. Мова в даному випадку йде не тільки про кіберпанків, які вже розчинилися в стрімкій експансії віртуального і для яких розчинення у світі комп'ютерних комунікацій та симуляцій, “бродяжництво” по Інтернету перетворилося в сенс життя, а про рішучу більшість людей, для яких віртуальні комунікації не так давно були досить далекими. У віртуальній реальності будь-якого роду людина має справу не з чимось реальним, а з проекцією, симуляцією. Індивід в епоху модерну, що знаходиться в соціальній реальності, сприймає її серйозно, як даність, у якій він змушений жити. В епоху постмодерну, занурюючись у віртуальність, людина захоплена “проживанням” у ній, усвідомлюючи її умовності та механізми її параметрів. Перспектива того, що взаємодії між людьми перейдуть у форму відносин між проекціями, і є перспективою віртуалізації суспільства. В рамках даної перспективи і виникають умови для сприйняття суспільних змін крізь призму відмінностей між старим і новим типами соціальної організації на основі дихотомії “віртуальне/реальне” [13 – 15].

### **Висновки.**

Віртуалізація соціальної реальності як наслідок розвитку інформаційних технологій і як соціокультурна характеристика інформаційного суспільства робить неминучим підвищення значущості віртуальних комунікацій у суспільстві. Це веде до віртуалізації як міжособистісних, так і соціетальних взаємодій, посилює соціокультурну диференціацію в суспільстві, створюючи мультиконтентний простір масових комунікацій. Різноманітна тематика мережевих ресурсів повністю відображає різноманітність реального життя, а сам Інтернет вже давно злився зі всіма сферами життя суспільства. Поширеність Інтернету створила ідеальні умови для зростання в новому середовищі принципово нових способів комунікації, однаково потужно застосованих до політики, науки, бізнесу, повсякденного спілкування й розваг.

### **Використана література**

1. Объем информации в мире будет удваиваться каждые пару лет. – Режим доступа : [http://polit.ru/news/2013/05/14/jump\\_bigdata](http://polit.ru/news/2013/05/14/jump_bigdata)
2. Заморкин А.А. Виртуальные коммуникации как социокультурный феномен современности : дис. на соискание науч. степени канд. филос. наук : 09.00.11 / Антон Алексеевич Заморкин. – М., 2013. – 222 с.
3. Ксенофонтowa И.В. Специфика коммуникации в условиях анонимности: меметика, имиджборды, троллинг / И.В. Ксенофонтowa : сб. статей “Фольклор и Интернет”. – М. : ГРЦРФ, 2009. – С. 285-293.
4. Прудникова О.В. Інформаційна культура : концептуальні засади та світоглядний сенс : монографія / О.В. Прудникова – Х. : Право, 2015. – 352 с.

5. Водопьянова Н.А. Информационная культура как отражение процессов в социокультурной и образовательной сферах // *Фундаментальные исследования*. – 2006. – № 7. – С. 69-71.
6. Культура в сучасних трансформаційних процесах : монографія / М.М. Бровко та ін. ; відп. ред. Бровко М.М. – Ніжин : Аспект-Поліграф, 2011. – 395 с.
7. Тоффлер Э. Футурошок / Э. Тоффлер ; [пер. с англ.]. – С-Пб. : Лань, 1997. – 461 с.
8. Baumann S. Cybercultures : Cultures in Cyberspace Communities / S. Baumann. – Oxford : Inter-Disciplinary Press, 2012. – 300 p.
9. Луман Н. Общество общества. – Часть I. Общество как социальная система / Н. Луман. – М. : Издательство “Логос”, 2011. – 640 с.
10. Вартанова Е.Л. Новые проблемы и приоритеты цифровой эпохи // *Информационное общество*. – 2001. – № 3. – С. 50-56.
11. Бергер П. Социальное конструирование реальности : трактат по социологии знания / П. Бергер, Т. Лукман. – М. : Моск. филос. фонд, 1995. – 322 с.
12. Вебер М. Избранное. Образ общества / М. Вебер ; [пер. с нем.]. – М. : Юрист, 1994. – 702 с.
13. Дзьобань О.П. Віртуальна реальність : метафізичний сенс / О.П. Дзьобань, С.Б. Жданенко // *Вісник Національної юридичної академії України ім. Ярослава Мудрого*. – Серія : Філософія, філософія права, політологія, соціологія ; редкол. А.П. Гетьман та ін. – Х. : Право, 2012. – Вип. 2 (12). – С. 97-104.
14. Лугуценко Т.В. Людина в структурі комунікативної реальності як суб’єкт віртуального простору // *Гілея* : зб. наукових праць ; гол. ред. В.М. Вашкевич. – К. : ПП “Видавництво “Гілея”, 2014. – Вип. 81 (2). – С. 179-183.
15. Прудникова О.В. Антропологічні обрії інформаційної культури віртуального простору // *Політологічний вісник* : зб. наукових праць. – К. : ВАДЕКС, 2014. – Вип. 75. – С. 71-80.

~~~~~ \* \* \* ~~~~~