

УДК 130.2

Я 47

Виртуальные феномены в структуре социальных институтов

Дупак Валентин Германович

Аспирант,

Житомирский государственный университет им. И. Франко,

10008, Украина, Житомир, ул. Большая Бердичевская, 40;

e-mail: bramabud@gmail.com

Аннотация

Статья посвящена актуальной социально-философской проблеме изменений в социальной структуре общества в связи с распространением виртуализации и Интернета; анализируется важная проблема функционирования сегмента виртуальной реальности, связанного со сферой социального взаимодействия, которое происходит в сетях в рамках так называемых виртуальных сообществ; рассматриваются такие важные черты современного состояния науки, как процедуры виртуализации объекта науки и институциональной организации науки.

Ключевые слова

Виртуальная реальность, виртуализация, социальный институт, симулякр.

Введение

Развитие и распространение виртуальных технологий способно привести к существенным изменени-

ям в научно-технической сфере, а также вызвать важные социальные преобразования. В прогнозах, относительно развития технической составляющей виртуальной реальности (здесь и да-

лее – ВР), речь идет о том, что она будет двигаться вместе с тем в двух направлениях. С одной стороны, будет попытка охватить весь спектр человеческих отношений, с другой стороны, – технология будет развиваться в направлении максимально правдоподобного визуального воспроизведения объектов ВР. Оба пути направлены на достижение максимального эффекта погружения. В идеале, это достижение такого уровня сходства, при котором различие между пребыванием в киберпространстве и в материальном мире будет практически не ощутимо.

Исследуя современное общество, можно заметить, что процесс виртуализации возникает в разных сферах жизнедеятельности по общим принципам и приводит к существенным изменениям в структуре социальных институтов.

Социальный институт – это своеобразная форма человеческой деятельности, основанная на четко разработанной идеологии, системе правил и норм, а также развитием социальном контроле над их выполнением.

Подавляющее большинство социологов отождествляет развитие Интернета с дальнейшим формированием и совершенствованием социальных институтов, вместе с тем реальное со-

стояние вещей констатирует противоположное. Обобщая мысли социологов и футурологов 60-90-х годов XX столетия (Д. Белла, А. Турена, Э. Тоффлера и др.)¹ общие черты ожидаемого ими типа общественной организации имели бы следующий вид:

– теоретическое знание – определяющий фактор жизни общества. Ядром социальной организации и главным социальным институтом станет университет (как центр производства, переработки и накопления знания). Промышленные корпорации потеряют ведущую роль;

– главным фактором социальной дифференциации будет выступать не частная собственность и уровень достатка, а уровень образования. Т.е. новые "состоятельные" – это осведомленные люди, а новые "несостоятельные" – неосведомленные люди. Эпицентр социальных конфликтов сместится из экономической сферы в культурную: отныне он будет олицетворять противодействие представителей старой и новой культуры,

1 Белл Д. Социальные рамки информационного общества // Новая технократическая волна на Западе. – М.: Прогресс, 1986. – С. 330-342; Тоффлер Э. Метаморфозы власти. – М.: АСТ, 2004. – 672 с.; Турен А. Возвращение человека действующего. Очерк социологии. – М.: Научный мир, 1998. – 204 с.

вследствие чего будут возникать новые социальные институты и будут исчезать старые;

– Социальная организация с информационными технологиями будут составлять единое целое, а социальные процессы будут четко программированными.

Тем не менее, общество такого типа не образовалось. Несмотря на преимущество сектора обслуживания над производственным, тотальную компьютеризацию и т.п., университет так и не стал "базовым институтом" нового общества, скорее академическое знание трансформируется для нужд бизнеса. Общество так и не стало целостной программированной системой институтов. По мнению А. Турена, оно является полем для дебатов и конфликтов по поводу использования символических благ.

Увеличилось не количество интеллектуальной продукции и знаний, а количество коммуникаций (т.е. преобладающей мерой оказалось не создание, а тиражирование и быстрое распространение интеллектуальных продуктов с помощью Интернета). Более осведомленным человеком является тот человек, который принимает участие в большем количестве коммуникаций. Поэтому главным фе-

номеном нашей эпохи стал Интернет, а не исполинские электронные банки данных. Тем не менее из простого средства общения Интернет превращается в среду виртуализации самого общества, поскольку виртуальная реальность имеет дело не с реальным объектом, а с образами – симуляцией.

Признаки виртуализации социальных институтов

В настоящей экономической и политической жизни образы вытесняют реальность. На рынок попадают не вещи (разнообразные продукты), а быстрее созданные рекламой образы (привлекательности, стильности, респектабельности), поэтому и удельный вес занятых в маркетинге, рекламном бизнесе возрастает по сравнению с производственной сферой. В развитых странах на рекламу товаров производитель тратит вдвое больше средств, чем на разработку и производство новой продукции (т.е. рекламная симуляция вещей превышает процесс инноваций). Итак, прибыль приносит не передача информации о свойствах товаров и услуг, а создание яркого и привлекательного образа, на который быстро отреагирует покупатель. Японский исследо-

ватель Кеничи Омае доказал, что для концепции виртуализма размер дополнительной цены товара равняется затратам на создание образа, «марки» товара (например, это все равно, что галстуки от модного дома Ив Сен Лоран или Живанши, сделанные так же качественно и из той же ткани стоят в 5-6 раз дороже, чем аналоги менее известных производителей)².

В борьбе за настоящую политическую власть выступают не партийные организации и их конкурирующие программы действий, а образы-политические имиджи, тщательно созданные имиджмейкерами, пресс-секретарями, звездами шоу-бизнеса, задействованными в предвыборной кампании. Главным критерием успеха и политической карьеры являются не результаты действий в правительственных кабинетах, не разработка реформ и их реализация, а участие в, по возможности, большем количестве телевизионных программ и выступления на концертных площадях. Поэтому в политике принимают участие не профессионалы, которые реализуют политические программы, а «публичные политики», которые в

прямом смысле этого слова работают на публику. Такие носители имиджа и говорят о виртуализации института народовластия.

Таким образом, виртуализуются все социальные институты: государство, политические партии, рынок, корпорации и т.п.

С начала своего существования и приблизительно два десятилетия Интернет обеспечивал слаженную работу государственных и научных учреждений США, но дальнейшая глобализация привела к быстрому распространению коммуникаций, уже не контролируемых обществом (например, появление хакеров, которые незаконно вторгаются в закрытые базы данных и т.п.). Так, Интернет виртуализует самое общество, превращая его из системы социальных институтов в потоки образов, которые теряют власть над индивидом.

Тем не менее, если одни исследователи (преимущественно это представители постмодерна) воспринимают виртуализацию как процесс потери институтами их свойств, то другие, наоборот настаивают на влиянии виртуализации относительно укрепления социальных институтов. Одним из этих исследователей является Э. Тоффлер, который видит виртуализацию институ-

2 Кеничи Омае. Мышление стратега. Искусство бизнеса по-японски. – М.: Альпина Паблишер, 2007. – 224 с.

тов не в симуляции, замещении образов, а в создании в будущем новых “текучих” форм управления (так называемых ассамблей социального будущего)³. Эти ассамблеи могут принимать формы специальных групп, которые будут собираться через определенные промежутки времени при условиях участия в каждом новом сборе новых представителей. Учитывая наличие новых форм коммуникаций, отсутствующая необходимость собрания в одном помещении (он-лайн-конференции проводятся с помощью веб-камер и т.п. для ее участников со всего мира). Такими Э. Тоффлер видит встречи научных работников, руководителей, представителей профсоюзов, работников разных областей, которые живут на разных континентах всего мира. Технический персонал будет заранее подсчитывать затраты согласно тем проектам, реализовывать которые предложили ассамблеи.

Другой исследователь, М. Кастельс, видит закрепление влияния институтов как следствие дальнейшего формирования общества так называемых сетевых структур (т.е. комплекса узлов, которые взаимосвязаны)⁴. На-

3 Тоффлер Э. *Метаморфозы власти*. – М.: АСТ, 2004. – 672 с.

4 6. Кастельс М. *Становление общества сетевых структур* / М. Кастельс // *Новая постиндустриальная волна на Западе*:

пример, для сети глобальных финансовых потоков, узлами являются рынки ценных бумаг и вспомогательные центры, которые их обслуживают. В обществе, основанном на сетевых структурах, институциональный порядок будет изменяться, так как новыми институтами станут сами сети. Они будут оказывать содействие развитию экономики, основанному на инновациях, глобализации, децентрализованной концентрации. Сети раскроют новый потенциал сферы культуры. Они также создадут новую сферу политики, которая мгновенно будет реагировать на мысли населения. Согласно М. Кастельсу, новые социальные институты не изменяют общественное устройство, не разрушают капитализм. Тем не менее в обществе сетевых структур старые институты индустриальной эпохи, институты либерализма и институты гражданского общества уже лишены своего содержательного значения и функций, они уже почти не рассматриваются как легитимные. Вместе с тем, на место этих старых социальных институтов приходят такие новые, которые противостоят друг другу как: 1) сетевые структуры и 2) институты самобытно-

антология / под ред. В. Л. Иноземцева. – М, 1999. – 505 с.

сти, которые будут конструироваться социальными движениями будущего для воссоединения целостности общества; институты самобытности будут противостоять сетевым структурам, давлению их глобальных тенденций и радикальному индивидуализму. Т.е. институты виртуализуются в сетях, а институционный порядок переместится в виртуальную реальность, вместе с тем вакуум социальной реальности будет заполнен институтами самобытности⁵.

Которая из точек зрения ближе к истине, предусмотреть сложно. Тем не менее делать акцент на преобразовании всех институтов в симуляцию также, наверное рано. Скорее всего, институты в сетях будут приобретать впредь новые качества.

Не считаясь с разными, в том числе и отрицательными прогнозами ученых и социологов, расширение количества пользователей компьютерной техники сегодня приводит к тому, что каждый из них приобщены к функционированию также и в виртуальной реальности. Причем, это функционирование возможно как в рамках

тех фрагментов виртуальной реальности, которые есть в определенном смысле цифровой калькой из систем реальности и служат целям повышения их эффективности, так и тех, что выступают как полнейшая абстракция, которая тем не менее влияет на сознание включенных в нее лиц. Первая группа феноменов виртуальной реальности имеет отношение преимущественно к политической и экономической подсистемам общества. В этом контексте следует рассмотреть такие явления, как электронное правительство и электронная коммерция. Электронное правительство – концепция осуществления государственного управления, характерная для информационного общества. Базируется на возможностях информационно-телекоммуникационных технологий и ценностях открытого гражданского общества. Характеризуется направленностью на нужды граждан, экономической эффективностью, открытостью для общественного контроля и инициативы.

В сфере экономики развивается сектор электронной коммерции. Электронная коммерция (E-commerce) – это сфера цифровой экономики, которая включает все финансовые и торговые транзакции, которые прово-

5 Кастельс М. Становление общества сетевых структур // Новая постиндустриальная волна на Западе: антология / под ред. В. Л. Иноземцева. – М, 1999. – 505 с.

дятся с помощью компьютерных сетей, и бизнесы-процессы, связанные с проведением этих транзакций. К электронной коммерции относят электронный обмен информацией (Electronic Data Interchange, EDI), электронное движение капитала (Electronic Funds Transfer, EFS), электронную торговлю (E-Trade), электронные деньги (E-Cash), электронный маркетинг (E-Marketing), электронный банкинг (E-Banking), электронные страховые услуги (E-Insurance) и т.п.. Все эти тенденции свидетельствуют о значительной виртуализации экономической сферы общественной жизни: потребительский выбор осуществляется, выходя не из восприятия реальных признаков продукта, а из суждения продавца об этом продукте, денежные транзакции становятся преимущественно абстрактными, лишаясь ограничительных характеристик наличных денег (кредитные карточки).

Но наиболее важной является проблема функционирования сегмента виртуальной реальности, связанного со сферой социального взаимодействия, которое происходит в сетях в рамках так называемых виртуальных сообществ. «Можно выделить такие формы общения в Интернете: телеконференция, чат (имеется в виду

IRC (Internet Relay Chat)), MUDs и переписка по e-mail. Исследователи Интернет-общения обычно разделяют способы общения в Интернете по степени их интерактивности. Наиболее интерактивными средами общения считался чат и MUDs, наименее интерактивными – e-mail и телеконференции. В телеконференции и при общении с помощью e-mail, коммуникация происходит в режиме off-line, в отличие от чата (IRC) и MUDs, где люди общаются on-line. Тем не менее в чате большей частью практикуется общение ради самого общения, тогда как телеконференции чаще всего посвящены какой-нибудь определенной проблеме. Как отдельную форму общения в Интернете можно выделить общение в так называемых MUDs (от «multi-user dimension» – ролевая игра, в которой много пользователей объединены в одном виртуальном пространстве), которое близко к коммуникации в чате тем, что происходит on-line, но отличается от него наличием цели стремления выиграть)».

Все большей популярностью среди пользователей Интернета приобретает ведение личных дневников on-line. Один из таких сайтов – Live Journal (www.livejournal.com). Записи, оставленные в Live Journal, доступны

кому-угодно, кто захочет их прочитать (хотя пользователи имеют право сделать их недоступными для других). Зарегистрированные пользователи имеют особую возможность комментировать заметки друг друга, образуя внутри дневника небольшой форум, где автор состоит в переписке с читателями – точнее, с другими авторами. Почти каждый пользователь Live Journal читает и комментирует чужие дневники, а тех, кто ему интереснее, включает в специальное «дружеское письмо», где записи выводятся на отдельной странице – одни за другими, сплошным потоком.

Наличие подобных новых форм социального взаимодействия, с одной стороны, оказывает содействие расширению социального опыта, формированию особого рода сетевых социальных структур, членами которых могут стать лица, которые в реальности не смогли бы общаться через пространственную разобщенность или принадлежность к разным социальным кругам. С другой стороны, общение, которое происходит в электронных сетях, является отчасти неполноценным, поскольку происходит лишь в знаковой форме, лишенной интонаций, тона, ударения, а также невербальных составляющих.

Вдобавок, распространено создание виртуальных личностей – авторов электронных дневников, которые представляют собой якобы новый тип литературного героя. Последний, впрочем, воспринимается как реальное лицо. Весь спектр переживаний, который формируется у читателей таких электронных дневников, имеет характер реального, тем не менее, будучи направленным на фактически несуществующее лицо, оказывает содействие встраиванию в ткань социальной реальности виртуальных компонентов.

Современные западные обществоведы по-разному оценивают те возможности, которые предоставляет виртуальное взаимодействие, и проблемы, которые она порождает. Так, Дж. Фернбек, Г. Рейнгольд, С. Теркл и С. Хорн, склонны считать, что виртуальные феномены открывают абсолютно новую форму социальности⁶. В

6 Fernback J. The Individual within the Collective: Virtual Ideology and the Realization of Collective Principles // *Virtual Culture: Identity and Communication in Cybersociety*. – London: Sage, 1997. – Pp. 36-54; Horn S. *Cyberville. Clicks, Culture, and the Creation of an Online Town*. – New York: Warner Books, 1998. – 340 p.; Rheingold H. *A Slice of Life in My Virtual Community* // *Global Networks. Computers and International*

частности, Г. Рейнгольд отмечает, что коммуникация на виртуальном уровне оказывает содействие облегчению создания особого рода сообществ, которые, возможно, являются реальными общинами, возможно, являются псевдосообществами, а возможно, представляют собой что-то абсолютно новое⁷.

Анализируя виртуализацию в сфере экономики, укажем, что виртуализуются процессы в рыночных отношениях, предпринимательстве, трансформируются корпорации и финансовая система.

В связи с тем, что на современном рынке сосуществует до сих пор определенное количество конкурирующих фирм, которые изготавливают массу однородных по качествам и свойствам продуктов, основной проблемой современной экономики является создание и «продвижение» товарного знака.

Communication. – Cambridge: TheMIT Press, 1993. – Pp. 57-80; Turkle S. Parallel lives: Working on identity in virtual space // Constructing the self in a mediated world. – London: Sage, 1996. – Pp. 156-175.

7 Rheingold H. A Slice of Life in My Virtual Community // Global Networks. Computers and International Communication. – Cambridge: TheMIT Press, 1993. – Pp. 57-80.

Статус товарного знака, а не израсходованные средства на его производство, выступают основным критерием в определении стоимости товара. Активная реклама, создавая образ товара фирмы или компании, концентрирует внимание покупателя уже на самом образе, а не на физическом объекте.

Итак, все эти процессы приводят к тому, что экономическая деятельность медленно перетекает в виртуальную реальность, тем самым коммерциализуя ее.

В наши дни неустанно развивается новый вид экономики, при котором полный цикл соглашения осуществляется с помощью виртуальной реальности. Возрастает общее количество виртуальных магазинов, банков и аукционов. Кульминацией новой электронной коммерции постоянная серия экспериментов (Dotcoza, iOne), проведенных в 2000-му году, целью которых было показать, что отныне человек может существовать довольно продолжительное время, не выходя из собственного дома лишь при наличии Интернет и электронных средств на счету⁸.

8 Забудь свое имя, теперь ты iOne. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.kommersant.ru/doc/18021/print

Если раньше политические институты формировались для изготовления норм, которые определяют способы решения проблем управления властью, то теперь эти институты подвергаются тотальной симуляции. Борьба партийных организаций за власть и дебаты по поводу их политических программ также перенеслись в мир виртуальной реальности. Однако, трансформируясь в сеть, эта борьба превращается в борьбу образов. Над образом политика, его имиджем, рейтингами и репутацией работает целая команда, целью которой есть расположить к этому образу потенциального избирателя и заручиться его поддержкой. При этом, за ненадобностью, отходят на второй план партийные заседания, межфракционные переговоры, митинги.

Подобное смешивание скрытых руководителей и публичных политиков самый яркий показатель виртуализации таких институтов власти как выборы и государство.

Еще одной, ярко выраженной симуляцией выступают рейтинги, как способ апелляции к общественной мысли. Их целью являются отображения реальной политической ситуации в стране, или выяснить соотношение политических сил на данный момент времени. Однако, выступая лишь об-

разом общественной мысли, составленной выборочно, с готовых, фактически навязанных ответов, они, чаще всего, искажают реальное состояние дел, непосредственно влияя на принятие политических решений.

Практически все политические акции и кампании теперь сопровождаются созданием специализированных серверов и web-страниц, с помощью которых формируется имидж политика (акции, организации), ведется агитация, осуществляется коммуникация со сторонниками и проч.

Интенсивная политизация киберпространства наглядно демонстрирует, что новая политика строится на компенсации дефицита реальных ресурсов и поступков достатком образов.

Социальные институты в сфере науки в настоящее время – это больше виртуальные реальности, чем инструмент решения проблем открытия истины и повышение квалификации. Мы видим, что в наши дни материальный эксперимент все чаще заменяется экспериментом на моделях. Если прежде теории могли строиться только на основе открытия какого-то порядка, присущий вещам, то теперь целиком предположим моделирование без выхода к каким-нибудь реальным референтам, например компьютерные

симуляции естественных, технологических и социальных процессов. С другой стороны, процесс верификации гипотез все чаще заменяется процессом фальсификации. Если раньше достаточным аргументом против теории считались данные эксперимента, которые противоречили ее положениям, то теперь лишь создание альтернативной модели может служить аргументом.

Наука становится перманентным процессом построения альтернативных моделей. Вследствие этого выросшая роль воображения, фантазии, парадоксальности мышления в той сфере, где прежде них не принимали во внимание, где раньше референцией к реальности сурово задавались границы обретения знаний.

Объект науки и ее процедуры виртуализуются, виртуализуется и институциональная организация науки. « Наука, которая осуществляет себя как инструмент овладения природой (в том числе природой человека), критерий истины усматривает не в воспроизводимости результатов или в консенсусе коллег-экспертов, а в поддержке спонсоров – государства и разного рода фондов»⁹.

Заключение

Происходит обособление научности от истинности, создание науки как предприятия от, собственно, поиска истины. Наука и увеличение знания расходятся так же, как экономика и производство, политика и управление. Академический статус становится функцией от образа компетентности, которая заслуживает на финансирование. В деятельности ученых и студентов все больше сил и времени отводится созданию и презентации образа, необходимого для успеха в конкурсах на получение грантов, стипендий для обучения за границей, заказов на консалтинговые услуги и т.п. Отсюда – расцвели в последние десятилетия именно такие социальные технологии, которые адекватны симуляции компетентности: исследовательские фонды, гранты, консультирование, конференции, академические обмены, перманентное образование. Этот дефицит места и времени приводит к тому, что единой научной, рациональной формой дискуссии становится нелогичная, неструктурированная, но эффективная презентация образа идеи или теории. Мы живем в эпоху науки образов и образов науки. Соответствие базовым нормам, которые направляли познава-

9 Иванов Д.В. Виртуализация общества // Социология и социальная антропология. – СПб., 1997. – С. 24-46.

тельные и исследовательские практики Модерна – факт, открытие, исследование, компетентность симулируется. С замещением вещественных объектов и реальных действий симулякрами, выполнение социальных ролей ученого, преподавателя, студента становится виртуальным. Как следствие, виртуализуются иерархия научных степеней и званий (академическое сообщество), научная дискуссия (конференции, конкурсы), научное разделение труда

(исследовательская/учебная организация), т.е. виртуализуются университет и исследовательская лаборатория как социальные институты.

Ориентация практик не на вещи, а на образы оборачивается симуляцией социальных институтов, поскольку выполнение социальных ролей становится виртуальным, социальные институты сами становятся образами, превращаются у своего рода виртуальную реальность.

Библиография

1. Белл Д. Социальные рамки информационного общества // Новая технократическая волна на Западе. – М.: Прогресс, 1986. – С. 330-342.
2. Забудь свое имя, теперь ты iOne. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.kommersant.ru/doc/18021/print
3. Иванов Д.В. Виртуализация общества // Социология и социальная антропология. – СПб., 1997. – С. 24-46.
4. Кастельс М. Становление общества сетевых структур // Новая постиндустриальная волна на Западе: антология / под ред. В. Л. Иноземцева. – М, 1999. – 505 с.
5. Кеничи Омае. Мышление стратега. Искусство бизнеса по-японски. – М.: Альпина Паблишер, 2007. – 224 с.
6. Тоффлер Э. Метаморфозы власти. – М.: АСТ, 2004. – 672 с.
7. Турен А. Возвращение человека действующего. Очерк социологии. – М.: Научный мир, 1998. – 204 с.
8. Fernback J. The Individual within the Collective: Virtual Ideology and the Realization of Collective Principles // Virtual Culture: Identity and Communication in Cybersociety. – London: Sage, 1997. – Pp. 36-54.

9. Horn S. Cyberville. Clicks, Culture, and the Creation of an Online Town. – New York: Warner Books, 1998. – 340 p.
10. Rheingold H. A Slice of Life in My Virtual Community // Global Networks. Computers and International Communication. – Cambridge: TheMIT Press, 1993. – Pp. 57-80.
11. Turkle S. Parallel lives: Working on identity in virtual space // Constructing the self in a mediated world. – London: Sage, 1996. – Pp. 156-175.

Virtual phenomena in the structure of social institutions

Dupak Valentin Germanovich

Postgraduate student,
Zhytomyr State University named after Ivan Franko,
P.O. Box10008, Bol'shaya Berdichevskaya str., No. 40, Zhytomyr, Ukraine;
e-mail: bramabud@gmail.com

Abstract

The development and spread of virtual technologies can lead to significant changes in science and technology, as well as cause major social transformations. The projections concerning the development of technical component of virtual reality the point is that it will be moving at the same time in both directions. On the one hand, there is an attempt to cover the entire spectrum of human relations, on the other hand – the technology will evolve in the direction of maximum likelihood of rendition of virtual reality objects. Both ways are intended to achieve the maximum effect of exposure. Ideally, this is an achievement of such a level of similarity, in which the difference between staying in cyberspace and in the physical world is almost impalpable.

Exploring the modern society we can see that the process of virtualization occurs in different spheres of life on general principles and leads to significant changes in the structure of social institutions.

Orientation practices not on the things, but on the images, turn into a simulation of social institutions, as the fulfillment of social roles is becoming virtual, social institutions become images themselves, transforming in some kind of virtual reality.

Keywords

Virtual reality, virtualization, social institution, simulacrum.

References

1. Bell, D. (1986), "Social framework of the information society", *New technocratic wave in the West* ["Sotsial'nye ramki informatsionnogo obshchestva", *Novaya tekhnokraticeskaya volna na Zapade*], Progress, Moscow, pp. 330-342.
2. Castells, M., Inozemtsev, V. L. (1999), "The formation of the society of networks", *New post-industrial wave in the West: anthology* ["Stanovlenie obshchestva setevykh struktur", *Novaya postindustrial'naya volna na Zapade: antologiya*], Moscow, 505 p.
3. Fernback, J. (1997), "The Individual within the Collective: Virtual Ideology and the Realization of Collective Principles", *Virtual Culture: Identity and Communication in Cybersociety*, Sage, London, pp. 36-54.
4. "Forget your name, now you are iOne" ["Zabud' svoe imya, teper' ty iOne"], available at: www.kommersant.ru/doc/18021/print
5. Horn, S. (1998), *Cyberville. Clicks, Culture, and the Creation of an Online Town*, Warner Books, New York, 340 p.
6. Ivanov, D.V. (1997), "Virtualization of society", *Sociology and Social Anthropology* ["Virtualizatsiya obshchestva", *Sotsiologiya i sotsial'naya antropologiya*], St.Petersburg, pp. 24-46.
7. Kenichi, Ohmae (2007), *The Mind of the Strategist: The Art of Japanese Business* [*Myshlenie stratega. Iskusstvo biznesa po-yaponski*], Al'pina Publisher, Moscow, 224 p.
8. Rheingold, H. (1993), "A Slice of Life in My Virtual Community", *Global Networks. Computers and International Communication*, TheMIT Press, Cambridge, pp. 57-80.

9. Toffler, E. (2004), *Powershift: Knowledge, Wealth and Violence at the Edge of the 21st Century* [*Metamorfozy vlasti*], AST, Moscow, 672 p.
10. Turen, A. (1998), *The return of a man of action. Outline of sociology* [*Vozvrashchenie cheloveka deistvuyushchego. Ocherk sotsiologii*], Nauchnyi mir, Moscow, 204 p.
11. Turkle, S. (1996), "Parallel lives: Working on identity in virtual space", *Constructing the self in a mediated world*, Sage, London, pp. 156-175.