



УДК: 004.418

## **АНАЛІЗ РОЗВИТКУ СУЧАСНОГО ІНФОРМАЦІЙНОГО СУСПІЛЬСТВА (ВІРТУАЛІЗАЦІЯ РЕАЛЬНОСТІ)**

Студ. А.А. Яценко

Наук. керівник доц. Н.В. Геселева

Київський національний університет технологій та дизайну

Актуальною у сучасній науці є проблема віртуалізації життя сучасної людини, яка виникає у зв'язку із становленням інформаційного суспільства. Розглядаються основні риси, притаманні новому типу особистості – людини віртуальної (*homo virtualis*).

У прямому сенсі віртуальна реальність є "технічно конструйоване за допомогою комп'ютерних засобів інтерактивне середовище породження й оперування об'єктами, подібними до реальних або уявних, на основі їх тривимірного графічного уявлення, симуляції їх фізичних властивостей (об'єм, рух тощо), симуляції їх здатності впливу й самостійної присутності в просторі".

Розширення кількості користувачів комп'ютерної техніки сьогодні призводить до того, що кожен із них долучений до функціонування також і у віртуальній реальності. Причому це функціонування можливе як у рамках тих фрагментів віртуальної реальності, які є в певному сенсі цифровою калькою із систем реальності і слугують цілям підвищення їх ефективності, так і тих, що виступають як цілковита абстракція, яка тим не менш впливає на свідомість включених до неї осіб.

Група феноменів віртуальної реальності має відношення переважно до політичної та економічної підсистем суспільства. У цьому контексті варто розглянути такі явища, як електронний уряд та електронна комерція.

Електронний уряд – концепція здійснення державного управління, характерна для інформаційного суспільства. Базується на можливостях інформаційно-телекомунікаційних технологій і цінностях відкритого громадянського суспільства. Характеризується спрямованістю на потреби громадян, економічною ефективністю, відкритістю для суспільного контролю й ініціативи.

У сфері економіки розвивається сектор електронної комерції. Електронна комерція (E-commerce) – це сфера цифрової економіки, що включає всі фінансові та торговельні транзакції, що проводяться за допомогою комп'ютерних мереж, та бізнес-процеси, пов'язані з проведенням цих транзакцій. До електронної комерції відносять електронний обмін інформацією (Electronic Data Interchange, EDI), електронний рух капіталу (Electronic Funds Transfer, EFS), електронну торгівлю (E-Trade), електронні гроші (E-Cash), електронний маркетинг (E-Marketing), електронний банкінг (E-Banking), електронні страхові послуги (E-Insurance) тощо. Усі ці тенденції свідчать про значну віртуалізацію економічної сфери суспільного життя: споживацький вибір здійснюється, виходячи не зі сприйняття реальних ознак продукту, а із судження продавця про цей продукт, грошові транзакції стають переважно абстрактними, позбавляючись обмежувальних характеристик готівкових грошей (кредитні картки).

Таким чином, реальність інформаційного суспільства значно розширюється завдяки вбудовуванню в неї феноменів віртуальної реальності, які усвідомлюються і слугують інструментом оптимізації реальних суспільних взаємодій.