
СОЦИОЛОГИЯ

УДК 316.663.2:004.9

Виртуальный образ личности

Перов Е.В.

Аннотация. В статье рассматриваются различия объективной, виртуальной и субъективной реальности и их взаимосвязь. Особое внимание уделяется особенностям виртуальной реальности. Показаны средства сетевого информационного воздействия, пригодные для создания виртуальной реальности. Особое место занимает Интернет с его социальными сетями. Дается понятие виртуального образа личности, определено его значение и место в мировой культуре. Показана необходимость создания виртуального образа. Наличие виртуального образа в социальных сетях становится в настоящее время жизненно необходимым, особенно для публичных личностей. Выделены четыре типа виртуальных образов, которые могут существенно различаться в зависимости от целей их создания. При формировании виртуального образа личности необходимо придерживаться определенных правил и логики их построения. Показано, какая ключевая информация нужна, прежде всего, при создании виртуального образа личности.

Ключевые слова: виртуальная реальность, виртуальный образ личности, типы виртуальных образов, способы создания.

Введение

К личности всегда было приковано внимание ученых. Появление феномена виртуальной личности возобновило многочисленные дискуссии по этому вопросу. Мы живем в эпоху, когда технологии способны размыть границы между реальностью и фантазией или реальным и виртуальным [14].

К виртуальным личностям можно отнести и литературных персонажей, но термин этот появился с развитием сети Интернет. Широкое распространение Интернета привело к ощутимым изменениям в жизни, изменило аспекты общения, социального взаимодействия [10]. Виртуальная среда начинает доминировать во всех аспектах жизни человека. Интернет позволяет общаться практически с любым человеком в мире, создать другой мир, с другим образом жизни. Каждый имеет возможность выбрать или создать любой виртуальный образ в

сети. В результате сосуществования личностей в двух мирах – в реальном (физическом) и в виртуальном мире – формируется новая ментальность.

Термин «виртуальная личность» часто воспринимается, как «фиктивная личность», созданная в Интернет-пространстве. Однако это далеко не всегда так. В литературе неоднократно обсуждались вопросы существования виртуальной личности [5, 8, 9].

Виртуальные личности имеют свою национальную специфику. В русскоязычной среде особое внимание уделяется анализу виртуальной личности как способу самопознания, как жанру творчества [2, 3, 7]. Интернет стал удобной средой для интернет-искусства.

Однако не меньший интерес представляет презентация личности в виртуальном пространстве. Такая презентация необходима, прежде всего, для публичных личностей, но имеет определенную ценность практически для каждого.

Рассмотрим формирование понятий и особенности виртуальной реальности и связанного с ней виртуального образа личности.

Виртуальная реальность

В авторской монографии [1] уже поднимался вопрос о виртуальной реальности. Там обосновывается, что мир состоит из объективного мира природы (объективной реальности), искусственно созданного мира общества (виртуальной реальности) и субъективного мира человека (субъективной реальности).

Объективная реальность представляет собой реально существующий мир, а также действия, явления, события, которые действительно происходили или происходят в мире. Объективная реальность не зависит от субъекта восприятия.

Благодаря относительной новизне и сложности явления, термины «виртуальный мир», «виртуальная реальность» имеют в современной литературе немало определений [11]. Они существенно отличаются, если рассматриваются компьютерные технологии, социальная сфера или психология восприятия. Вы-

деляют разные виды виртуальных миров, например, виртуальные миры многопользовательских онлайн-ролевых игр и социально-ориентированные [12]. Спенс Дж. под виртуальными мирами понимает устойчивые, прежде всего, социальные пространства, которые мотивируют своих пользователей участвовать в разнообразном наборе социальных взаимодействий, а также создавать различные типы виртуального контента [13].

В данной работе виртуальная реальность (виртуальный мир) представляет собой еще более широкое понятие – это искусственно созданный мир. *Виртуальная реальность* – это совокупность виртуальных образов личностей, явлений, действий и событий, которые или действительно имели место и информация о них правдива, или действительно были, но информация о них искажена, или которых в действительности не было. Но в любом случае она правдоподобна и население воспринимает ее как информацию о реальном мире. Виртуальная реальность, как и объективная реальность, не зависит от субъекта восприятия.

Виртуальная реальность создается средствами сетевого информационного воздействия¹ (средства СИВ) на основе информации об объективной реальности, но объективная реальность может быть освещена по-разному, с разной степенью достоверности и с разными акцентами. Любое средство СИВ может являться формой существования виртуальной реальности. Они представляют собой инструменты воздействия, как на широкие массы населения, так и точно на целевую аудиторию (таргетинг) и формируют виртуальную реальность для данной аудитории. Объективная (истинная) информация о реальном мире и людях, в нем живущих, нам в большинстве случаев недоступна. Разными средствами СИВ создается разная виртуальная реальность. Каждая из них существует по своим законам и зависит от интересов владельцев этих средств. Реальный

¹ Средства сетевого информационного воздействия – это телевидение, радио, печатные издания, электронные издания и другие формы периодического распространения массовой информации, сайты в сети Интернет, поисковая выдача в сети Интернет (Yandex, Google), социальные сети, кино, реклама и т.п.

мир становится вторичным для современного человека по сравнению с виртуальным миром. И сам он становится частью виртуальной реальности, независимо от его желаний и намерений.

Среди средств сетевого информационного воздействия Интернет, как средство создания виртуальной реальности, имеет свои преимущества. Интернет используют более 80% населения России, и он позволяет влиять на мысли, эмоции и поведение людей. Поэтому в компьютерном сетевом пространстве количество виртуальных миров стремительно растет. Появились виртуальные государственные учреждения, офисы, магазины, библиотеки, архивы, кинотеатры, on-line обучение, сообщества, деньги и пр.

Работать в сети Интернет, просматривать многие сайты можно не регистрируясь (не создавая аккаунт), т.е. не указывая свои персональные данные. Однако сделать общение персонифицированным, личным можно только при регистрации в сети, когда указываются личные данные пользователей. Все больше пользователей создают свои сайты, личные страницы. В результате, практически каждая личность, использующая Интернет, имеет свои персональные данные в виртуальном пространстве этой сети. Следовательно, каждый из пользователей присутствует в виртуальной реальности в виде, как минимум, упрощенного виртуального образа личности (IP-адрес, фамилия имя отчество, e-mail, телефон и пр.).

Виртуальная реальность, созданная в сети Интернет, во многих случаях воспринимается населением как объективная реальность, она формирует соответствующую картину мира и субъективную реальность личности. В результате осмысления, преобразования информации объективной и виртуальной реальности в сознании личности формируется *субъективная реальность*. Объективная и виртуальная реальности накладываются на индивидуальные психологические особенности личности. Ввиду различной субъективной интерпретации образов явлений и событий объективной и виртуальной реальности, субъективная реальность у отдельных индивидуумов отличается.

Виртуальная реальность опосредованно (через субъективную реальность) начинает воздействовать и изменять объективную реальность. Взаимосвязь различных видов реальности показана на рисунке 1. События в виртуальной реальности могут влиять на реальную жизнь взаимодействующих участников во многих отношениях. Это влияние может быть как положительным, так и отрицательным или даже разрушительным.

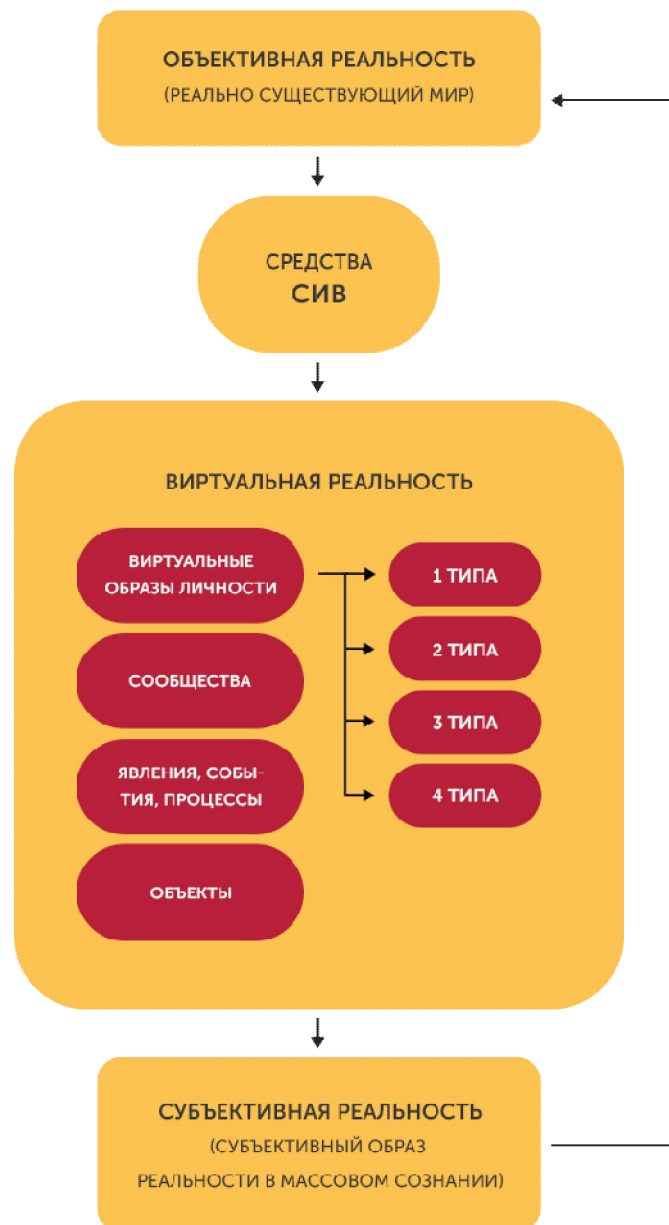


Рисунок 1 – Взаимосвязь различных видов реальности

Таким образом, виртуальная реальность в целом содержит виртуальные образы личностей, сообществ, явлений, событий, процессов, объектов, отраженные с той или иной степенью достоверности.

Виртуальный образ личности

Виртуальный образ крупных общественных и политических деятелей, глав государств и т.п. формировался во все времена. Именно поэтому они и становились узнаваемыми и известными широким массам населения. В исторической ретроспективе сначала для этих целей использовались глашатаи, потом газеты и журналы, потом радио и телевидение. В глобальном обществе создание общего виртуального пространства меняет отношения между людьми, они начинают приобретать форму отношений между образами. В результате, основной площадкой популяризации личности стал, прежде всего, Интернет с его социальными сетями.

В настоящее время наличие виртуального образа в социальных сетях становится жизненно необходимым. Не только у публичных личностей, но и у большинства рядовых граждан возникает потребность в личном общении в социальных сетях. Это важно и для молодых людей, ищущих информацию и новые контакты, и для пожилых людей, для которых непосредственное общение в реальном мире становится затруднительным. Большинство пользователей социальных сетей нуждаются в аудитории, которая разделяет их мысли, чувства и отношение к жизни. Это дает возможность почувствовать сопричастность к сообществам, к людям, которые воспринимают окружающий мир аналогичным образом. На первый план выступают диалоговые формы общения. Кроме того, уже становится правилом перед деловым общением с кем-либо навести о нем справки в Интернете: кто он, как личность, стоит ли ему доверять? Различные организации, например банки при оформлении кредита, могут выполнять оценку надежности, используя виртуальные образы в сети Интернет. Население читает информацию о власти, работодатели смотрят информацию о работниках, работники – о работодателях и т.п. Список примеров можно продолжить.

Интернет расширил виртуальный мир. Он предоставляет возможность стать другой личностью, выбрать или создать собственный образ в виртуальной реальности в соответствии со своими желаниями и ожиданиями. И этот образ может быть ярче, значимее реальной личности. Существование личности одновременно в двух мирах – реальном и виртуальном – трансформирует психику человека, меняется восприятие себя и других.

Эти виртуальные образы личностей, как и виртуальный мир в целом, могут создаваться разными способами и средствами, при использовании различных процедур и презентаций. Все зависит от того, для какой цели они создаются. Для некоторых личностей очень важно быть узнаваемыми. Это политические и общественные деятели, артисты, писатели, руководители, предприниматели. Кроме того, большинству хотелось бы иметь более престижную работу, получать высокую заработную плату, лучше реализовать себя как личность и пр. Для этого необходимо производить «правильное» впечатление.

Виртуальные образы личности являются частью виртуальной реальности, могут сочетаться с ней в разных конструкциях. Виртуальные образы личности, как и виртуальная реальность в целом, создаются средствами СИВ. Образы виртуальной реальности бывают настолько реальны, что это можно назвать игрой в реальность. Например, пенсионер Май Иванович Мухин [4] или Катя Деткина [5] всеми воспринимались как реальные личности.

Каждый пользователь сети Интернет имеет право на создание виртуального образа. Одна реальная личность может создавать несколько собственных виртуальных образов, в зависимости от потребности. Эмоции, которые получает человек из виртуального мира, так же реальны, как и эмоции из реального мира.

Пока статус виртуальной личности во всемирной паутине не определился. Формируются законы и социальные правила поведения в виртуальной реальности, но они еще не всегда соблюдаются. Это дает свободу действий и поведения, скрываясь за созданным виртуальным образом.

Таким образом, виртуальный образ личности представляет собой сложное, многомерное понятие. *Виртуальный образ личности* – это описание совокупности характеристик, черт характера, действий, поступков, жизненных событий, отражающих достоверно реально существующую личность и его жизнь, или с искажениями, либо описывающих вымышленную личность.

Виртуальные образы личности обладают такими фундаментальными качествами, как наличие собственного имени и способность к автономному действию. Кроме того, они имеют общие особенности: бестелесность, возможность анонимности, свобода обеспечения виртуальной индивидуальности любым набором характеристик, множественность, т.е. возможность поддержания нескольких различных виртуальных образов, возможность моделирования деятельности виртуальной личности полностью или частично с помощью компьютерных программ [3, 5].

Виртуальный образ личности может существенно отличаться от реальной личности. Виртуальные образы личности, с одной стороны, дополняют реальную личность, расширяют ее возможности в виртуальной реальности. Но, с другой стороны, существует опасность, что виртуальная личность может стать доминирующей, отбирать значительное время реальной жизни, приводя к тяжелым последствиям в жизни.

Типы виртуальных образов личности

Виртуальные образы личности в виртуальном мире могут быть разных видов в зависимости от степени их реальности. Можно выделить четыре типа виртуальных образов личности:

1 тип виртуальных образов личности. Люди, для которых создан виртуальный образ, реально существуют, и информация о них правдива. Чаще всего, виртуальные образы первого типа создаются для популяризации личности, и информация, размещаемая на сайте, личной странице, в социальной сети, правдива. Такая популяризация необходима общественным и политическим деяте-

лям, предпринимателям, руководителям и т.п. К этому типу относятся виртуальные образы руководителей высшего звена (руководители страны, региона, муниципального образования и пр.). Виртуальные личности этой группы обладают достоверными чертами характера и реальной биографией.

В виртуальных образах личности первого типа больший акцент делается на позитивных чертах характера, поступках, делах. Негативные дела и поступки либо умалчиваются, либо, если это невозможно, разъясняются. Информация о виртуальных личностях первого типа должна быть максимально правдивой. Выявление недостоверной информации может привести к снижению их популярности.

2 тип виртуальных образов личности. Люди, для которых создан виртуальный образ второго типа, также действительно существуют, но информация о них частично правдива, а частично нет. К этому типу виртуальной личности можно отнести виртуальные образы, например, артистов, писателей, политических деятелей, участвующих в предвыборной компании; предпринимателей, позиционирующихся в качестве руководителей определенной организации и т.п. В случае моделирования популярной личности, реальная личность несколько приукрашивается.

Для политика, руководителя создание желаемого виртуального образа жизненно необходимо. Однако если такой виртуальный образ создается конкурентами или противниками, стремящимися ухудшить отношение аудитории к данной личности, то, наоборот, достоинства реальной личности будут занижаться, внимание аудитории будет акцентироваться на негативных чертах, преувеличивая их.

3 тип виртуальных образов личности. При создании виртуального образа личности третьего типа реально существующая личность представляется в совершенно другом виде. Например, в арт-проектах может создаваться другая виртуальная личность. Это делается, чтобы почувствовать себя совсем другим

человеком или выразить свои мысли, которые по какой-то причине неудобно высказывать от собственного имени.

Виртуальный образ личности третьего типа формируется также при создании заведомо негативного образа, чаще в корыстных целях. Существует немало тому примеров. Известен случай, когда во время предвыборной компании одна, так называемая, «независимая» газета опубликовала «покаяние» одного из кандидатов в депутаты. Он, якобы, был наркоманом, но теперь он исправился и решил поработать на благо общества. И неважно, что этот человек не только никогда не пробовал наркотики, но даже алкоголь не включен в его рацион. Конечно, этот кандидат снял свою кандидатуру. В таком случае исправить ситуацию уже невозможно, любые оправдания усилят недоверие.

Может создаваться также негативный виртуальный образ реальности, окружающей эту личность. Эта же «независимая» газета опубликовала «правдивую» информацию о нечестном ведении бизнеса матерью другого кандидата. Правда, это не помешало ему победить на выборах. Может быть, ложь оказалась недостаточно «убойной»? В этой «подлой» сфере даже существует мнение, что чем более нелепа ложь, тем вероятнее в нее поверят.

4 тип виртуальных образов личности. В этом случае создается виртуальный образ несуществующей личности, и информация о ней придумана, ложна. В эту группу относятся боты, выступающие в качестве рядового пользователя.

Личности четвертого типа не являются самостоятельными личностями, это фиктивные личности, создаваемые для определенных целей. Они выступают и отвечают от лица человека, которого в реальности не существует, но он очень похож на реальную личность. Они создаются с целью манипулирования общественным мнением и используются, когда требуется, например:

организовать массовое согласие или несогласие с чем-либо или с кем-либо;
организовать полемику, обеспечить определенную стратегию в полемике, склонить на заданную точку зрения (создать желаемый виртуальный образ личности, явления или события);

сделать неявную рекламу товару или услуге (выступая в роли рядового пользователя, расхваливая товар и рекомендуя купить его и наоборот);

увеличить количество голосов в интернет-опросе,

создать иллюзию общения с живым человеком.

Однако их использование не поощряется общественностью, считается порочной практикой.

Все типы виртуальных личностей могут быть взаимосвязаны в виртуальной реальности и иметь отклик в объективной реальности.

Например, появился негативный виртуальный образ члена правительства в виртуальной реальности, формируется его негативный образ в массовом сознании. И потом, когда этого члена правительства заменяют другим человеком, уже никто не спрашивает, почему? Следовательно, виртуальный образ личности в виртуальной реальности изменил объективную реальность, независимо от того, какого типа был этот образ: правдивый или ложный.

Виртуальные образы личности и виртуальная реальность не существуют отдельно, они соприкасаются и взаимодействуют с объективной реальностью. Примером тому являются виртуальные образы политических деятелей, членов правительства всех уровней и пр. в объективной реальности. И наоборот, реальные личности, их группы и страны могут взаимодействовать с виртуальной реальностью. Примеров тому немало. Какая-то точка мира объявляется опасной (Ирак, Сирия, Венесуэла и пр.), приводятся ложные факты, которые потом, естественно, не подтверждаются, формируется негативная виртуальная реальность. И туда вводятся вполне реальные, объективно существующие войска со всеми вытекающими отсюда последствиями.

Взаимодействие в реальном мире происходит на физическом уровне между реальными личностями на основании сформированных виртуальных образов, т.е. фактически даже в реальном мире взаимодействуют виртуальные образы. Со временем мы приходим к тому, что личность – это не обязательно мате-

риальная категория. Иногда виртуальные образы, созданные для служебных целей, начинают жить самостоятельной жизнью.

В современном мире априори негативную информацию пишут с большим энтузиазмом, чем позитивную, существует даже целый рынок услуг по созданию и размещению ложной негативной информации о личности, компании. Конечно, за это можно привлечь к ответственности, и привлекают. Но образ уже создан и живет своей жизнью в виртуальном пространстве.

Поэтому очень важно формирование собственного виртуального образа, особенно для публичной личности, пока это место не занял другой, созданный кем-то негативный образ.

Ключевая информация виртуального образа личности

Независимо от того, создается собственный виртуальный образ или виртуальный образ другой личности, необходимо придерживаться определенных правил и логики их построения.

Перед началом работы над образом определяются особенности личности, которые должны быть отражены в виртуальном образе. Не только в виртуальной, но и в реальной жизни, каждая личность выполняет несколько социальных ролей. Например, одна личность может быть одновременно руководителем предприятия, депутатом городской Думы, главой семьи и пр. На этом этапе важно определиться, какая из социальных ролей ляжет в основу виртуального образа конкретной личности, или виртуальных образов, если их будет несколько. Их не должно быть много, иначе каждый из виртуальных образов размывается, упрощается.

Виртуальный образ включает описание личности с трех позиций:

- описание сферы деятельности, в которой личность является специалистом, профессионалом;
- личные увлечения, хобби;
- уникальность личности, наличие особых знаний, навыков, умений.

При создании конкретного виртуального образа важно определиться, чем личность, виртуальный образ которой создается, выгодно отличается от других, уникальна. Именно это подчеркивается в конкретном виртуальном образе. Кроме того, созданные виртуальные образы требуют постоянной поддержки среды, т.е. людей, которые считают созданный образ абсолютно правдивым.

Построение виртуального образа личности непрерывный циклический процесс, он нуждается в постоянной корректировке в соответствии с изменениями объективной или виртуальной реальности. Это делает создание серьезного виртуального образа непростой задачей, даже если в основе лежит реальная личность.

Заключение

Таким образом, при формировании широкого поля виртуальной реальности и заметного влияния ее на субъективную и объективную реальность важно своевременное формирование виртуального образа личности. Особенно это касается политических и общественных деятелей.

Виртуальная и реальная личности постоянно взаимодействуют, влияют друг на друга, поэтому необходимо соблюдение определенного баланса существования в виртуальном и реальном мире. Если вовремя не начать формировать «правильный» образ, то через какое-то время затраты труда и денежных средств на его создание будут гораздо большими. А упустив время, наверстать его будет уже невозможно.

Список литературы

1. Перов Е.В. Диагностика динамики социально-экономической конфликтогенности общества. М.: Инфра-Инженерия, 2018. 352 с.
2. Горный Е. Виртуальная личность как жанр творчества (на материале русского Интернета) / Сайт Сетевая словесность. URL: <https://www.netslova.ru/gorny/vl.html>
3. Gorny E. The virtual self: Self-presentation and self-knowledge on the Internet. 2003 [Электронный ресурс]. URL: www.netslova.ru/gorny/vs.html

4. Бабаев М. Пенсионер Мухин в паутине Интернета. День за Днем, 6 октября. 1995. [Электронный ресурс]. URL: www.netslova.ru/mirza/muxin.htm
5. Горный Е. Онтология виртуальной личности. / Сайт Сетевая словесность. URL: <https://www.netslova.ru/gorny/selected/ovl.html>
6. Дацюк С. Скоморошья вольности Кати Деткиной. [Электронный ресурс]. URL: www.uis.kiev.ua/russian/win/~_xyz/kat_det.html
7. Адамович М. Этот виртуальный мир. Современная русская проза в Интернете: ее особенности и проблемы. 2000. / Сайт Журнальный зал. URL: http://magazines.russ.ru/novyi_mi/2000/4/adamov.html
8. Kasza J. Post Modern Identity: “In Between” Real And Virtual // World Scientific News. 2017 Vol. 78. Pp. 41–57.
9. Nagy P., Koles B. The digital transformation of human identity: Towards a conceptual model of virtual identity in virtual worlds // The International Journal of Research into New Media Technologies. 2014. Vol. 20 №3. Pp. 276–292.
10. Tubella I. Television and Internet in the construction of identity. In: Castells M and Gustavo C (eds). The Network Society: From Knowledge to Policy. Washington, DC: Johns Hopkins Centre for Transatlantic Relations. 2005. Pp. 257–268.
11. Bell M Toward a definition of “virtual worlds”. Journal of Virtual Worlds Research: Past, Present & Future. 2008. Vol. 1. №1. Pp. 1–5.
12. Papagiannidis S., Bourlakis M., Li F. Making real money in virtual worlds: MMORPGs and emerging business opportunities, challenges and ethical implications in metaverses. Journal of Technological Forecasting and Social Change. 2008. Vol. 75. №5. Pp. 610–622.
13. Spence J. Demographics of virtual worlds. Journal of Virtual Worlds Research. 2008. Vol. 1. №2. Pp. 1–45.
14. Marsh J. Young children’s play in online virtual worlds. Journal of Early Childhood Research, 2010. Vol. 1. №1. Pp. 23–39.

Перов Евгений Викторович, канд. экон. наук, старший научный сотрудник Вологодского научного центра изучения социально-экономических конфликтов, депутат Вологодской городской Думы

e-mail: perov.ru@gmail.com