

УДК 159.92

Валиуллина Евгения Викторовна, кандидат психологических наук, доцент кафедры психиатрии, наркологии и медицинской психологии ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный медицинский университет» Минздрава России

e-mail: valiullinajv@ya.ru

ВИРТУАЛЬНЫЙ ОБРАЗ КАК КАТЕГОРИЯ ИССЛЕДОВАНИЯ

Аннотация. В статье представлен краткий обзор подходов к категории «виртуальный образ», продемонстрированы результаты исследования виртуального образа у лиц молодого возраста. Под виртуальным образом понимают совокупность виртуальных представлений о себе, своих психологических и физических особенностях в виртуальном пространстве. У большинства респондентов исследования выявлен средний и низкий уровень выраженности виртуального образа.

Ключевые слова: Интернет, виртуальное пространство, виртуальный образ, виртуальная идентичность, исследование.

Valiullina Evgenia, candidate of psychological sciences, associate Professor of the Department of psychiatry, narcology and medical psychology of Kemerovo state medical University

e-mail: valiullinajv@ya.ru

VIRTUAL IMAGE AS A CATEGORY OF RESEARCH

Abstract. The article provides a brief overview of approaches to the category of «virtual image» and demonstrates the results of a study of a virtual image in young people. A virtual image is understood as a set of virtual ideas about oneself, one's

psychological and physical characteristics in virtual space. The majority of respondents to the study showed medium and low levels of virtual image expression.

Keywords: Internet, virtual space, virtual image, virtual identity, research.

Вопросы профилактики формирования Интернет-зависимости, проблемы освоения навыков безопасного поведения в Интернет-пространстве и проч. делают актуальным изучение категории «виртуальный образ», как структурного компонента феномена виртуальной идентичности. Под виртуальной идентичностью личности понимают особую подструктуру эго-идентичности, состоящей из разных визуальных, аудиальных, текстовых характеристик общего виртуального облика и отражающей особенности коммуникации, принятой в виртуальном сообществе [9]. Виртуальная идентичность, особенности коммуникации в Интернет-пространстве, вопросы самоидентификации в сети и т.д. часто становятся предметом исследования отечественных авторов – А.Г. Асмолова, О.Н. Астафьевой, Е.П. Белинской, А.Е. Войскунского, Н.Д. Погорелова, Е.А. Рыльской, Г.В. Солдатовой, Ю.Т. Яценко и других. Виртуальное пространство позволяет человеку конструировать собственный «виртуальный образ», отмечает А. А. Брылевская, «свобода построения виртуального «Я», обеспечивается особенностями Интернет-пространства, где индивид имеет возможность использовать множество масок и образов. Чаще всего виртуальный образ человека приближается к «идеальному» образу человека, который человек хотел бы иметь, но не имеет по различным причинам» [4, с. 21]. Э.О. Расина «виртуальный образ личности» трактует как намеренную, осознаваемую или частично осознаваемую виртуальную ментальную конструкцию, которая отражает личностные характеристики ее носителя и основной функцией которой выступает создание определенного впечатления у других пользователей [13]. Исследователи выделяют различные психологические характеристики виртуального образа личности: онтологическая ущербность, кратковременность, переходность, чрезмерно виртуализированное сознание [1];

бестелесность, множественность [3]; наличие квазиличности, придуманной и управляемой реальным человеком, с измененным отношением ко времени и пространству [10]. Для изучения выраженности категории «виртуальный образ» в молодом и юношеском возрасте было проведено исследование при помощи методики Н.Д. Погорелова «Виртуальная идентичность пользователей социальных сетей» (всего было протестировано 54 человека от 18 до 24 лет). Молодой и юношеский возраст часто становится предметом изучения для педагогов, социологов и психологов [5, 6, 7]. «Нерешенные задачи возраста, связанные с нереализованностью в личностной и профессиональной сферах, свидетельствуют о недостаточной жизнеспособности человека и актуализируют его стремление воссоздать в виртуальном пространстве социальных сетей собственный идеализированный образ» [14, с 6].

Методика Н.Д. Погорелова изучает структурные компоненты виртуальной идентичности – принятие субкультуры, виртуальный образ, склонность к кибераддикции, а также интегральный показатель виртуальной идентичности. Для реализации цели исследования анализ и интерпретация была проведена по шкале «виртуальный образ». Согласно авторской трактовке Н. Д. Погорелова, под виртуальным образом понимается «представление личности о физических и психологических свойствах, демонстрируемых в виртуальном пространстве, а также возможности и преимущества коммуникации в социальных сетях» [11, с. 14]. Виртуальный образ одного и того же пользователя может быть множественным в рамках одной социальной сети или разным на различных Интернет-ресурсах. В.И. Егорова указывает, что виртуальный образ пользователя состоит из нескольких «маленьких образов»: внешнего образа (ники, аватары), мимического образа (смайлики, шрифт, цвет – виртуальная мимика), вербального образа (стиль общения, обороты речи, словарный запас), ментального образа (социальные стереотипы, личные установки, этические принципы), а также фонового образа (сведения о пользователе, получаемые из других источников) [8].

По результатам проведенного исследования высокий уровень по шкале «виртуальный образ» выявлен у 2% респондентов исследования. Сеть Интернет представляет собой особое пространство, почти свободное от подавления агрессивных проявлений, от выражения маргинальных взглядов, от реализации сексуальных побуждений (неодобряемых в реальности) и т.д. То, что невозможно порой в обычной коммуникации обеспечивает Интернет-пространство. «Интернет позволяет выразить все стороны своего многогранного «Я» [2]. В структурной композиции виртуального образа выделяют: визуальную, графическую подсистему (фото на аватаре, сохраненные фото и видео, визуальная наполненность стены пользователя); аудиальную, музыкальную подсистему (плейлист, подкасты, аудиальная наполненность стены пользователя); рейтинговую, социально-групповую подсистему (общее количество лайков и комментариев, состав друзей и подписчиков, принадлежность к сообществам и группам); лингвистическую, текстовую подсистему (никнейм, статус, информация, текстуальная наполненность стены пользователя) [12]. У 10% опрошенных молодых людей получен средний уровень построения виртуального образа. Создание виртуального образа позволяет индивиду получить специфический опыт, конструирование виртуального-«себя» полностью им контролируемо и дает возможность отслеживать то, как созданный образ воспринимается другими пользователями, корректировать его при необходимости и желании. Большинство юношей и девушек обладают низким уровнем своего виртуального образа в социальных сетях, 88% показали такой результат. «Виртуальная личность служит для самопрезентации реальной личности в виртуальных коммуникациях, воплощая себя в определенный образ. Виртуальная личность характеризуется виртуализацией сознания, преобладанием виртуальности в повседневной жизни» [13]. Качественные показатели методики Н.Д. Погорелова позволяют дифференцировать слабовыраженную идентичность по шкале «виртуальный образ» (98% респондентов данного исследования) и выраженную виртуальную

идентичность по шкале (2% опрошенных юношей и девушек). Самопрезентация выступает ведущей функцией «виртуального образа» пользователя, на которую опирается процесс восприятия пользователями друг друга в виртуальном взаимодействии. Социальная виртуальная перцепция основана на восприятии и оценивании непосредственного «виртуального образа» партнера по общению в Интернете. А.С. Фомиченко отмечает, что в ходе социальной перцепции при межличностном взаимодействии можно выделить механизмы, которые направлены на восприятие внутреннего мира субъекта (социально-психологические характеристики) и внешнего облика и поведения собеседника [15].

Таким образом, виртуальный образ – это составляющий элемент виртуальной идентичности личности, совокупность виртуальных представлений человека о себе (своих физических и психических особенностей) в виртуальной реальности. Структурно виртуальный образ представлен визуальной, аудиальной, текстовой и рейтинговой составляющими (фотообразом и аватаром, плейлистом, смайлами и комментариями, статусом и специфическими особенностями общения). Виртуальный образ выступает некой презентацией себя в виртуальном пространстве, может кардинально отличаться от реального образа или содержать некоторые черты реального образа (черты характера, социальные роли, манеру поведения, эмоциональные реакции). Виртуальный образ может быть множественным в рамках одной сети или разным на различных ресурсах, а один и тот же виртуальный образ включает в себя внешний, мимический, вербальный, ментальный и фоновый образы. Функция виртуального образа заключается в передаче информации о себе – самопрезентации и трансляции общих внешних, основных социальных, психологических характеристик пользователя в знаково-символической форме.

Список литературы:

1. Афанасьева В.В. Homo Virtualis: психологические характеристики // Известия саратовского университета. Психология. Педагогика. 2010, № 2, Т. 10.

С. 59-64.

2. Белинская Е.П., Жичкина А.Е. Стратегии самопрезентации в Интернет и их связь с реальной идентичностью. Доступно по: https://cyberpsy.ru/articles/self-presentation_identity/ Ссылка активна на 26.05.2024.

3. Бондаренко Т.А. Самосоздание личности в виртуальной среде // Новая наука: стратегии и векторы развития. Уфа. 2016, № 118 (3). С. 231-233.

4. Брылевская А.А. Воображение и компьютерная виртуальная реальность: сравнительный философско-методологический анализ. Автореф. дис. ...канд. филос. наук. СПб., 2009. 25 с.

5. Валиуллина Е.В. Анализ взаимосвязи эмоционального интеллекта с некоторыми коммуникативными свойствами личности // Вестник общественных и гуманитарных наук. 2021. Т. 2. № 3. С. 53-59.

6. Валиуллина Е.В. Зависимость понятийного мышления от качественных характеристик его активности // Вестник Кемеровского государственного университета. 2018. № 2. С. 99-103.

7. Валиуллина Е.В. Психологические особенности кризисов профессионального самоопределения в процессе высшего медицинского образования // Вестник Кемеровского государственного университета. 2011. № 2 (46). С. 131-134.

8. Егорова В.И. Образ в виртуальной среде // Фундаментальные исследования. 2012. № 9 (4). С. 956-960.

9. Идентичность личности в виртуальном пространстве и реальная идентичность: сравнительные характеристики // Психологическая газета. URL: <https://psy.su/feed/10491/> (дата обращения: 26.05.2024).

10. Лучинкина А.И. Психологические закономерности социализации личности в виртуальном пространстве. Симферополь, 2018. 407 с.

11. Погорелов Д.Н. Психологическая структура и особенности виртуальной идентичности пользователей социальных сетей: дис. ... канд. психол. наук. Челябинск, 2022. 226 с.

12. Расина Э.О. Структурная композиция виртуального образа личности в контексте российского интернет-пространства // Научный результат. Педагогика и психология образования. 2020. Т. 6. № 1. С. 93-104.
13. Расина Э.О. Терминологические границы концепта «виртуальный образ личности» в контексте современных психологических исследований // Молодой ученый. URL: <https://moluch.ru/archive/365/82005/> (дата обращения: 03.06.2024).
14. Рыльская Е.А. Жизнеспособность человека: концептуальные основы исследования // Сибирский психологический журнал. 2009. № 31. С. 6-11.
15. Фомиченко А.С. Особенности социальной перцепции // Вестник Оренбургского государственного университета. 2017. № 2 (202). С. 17-21.