

## Секция «Философия. Культурология. Религиоведение»

**Виртуальная идентичность**  
**Аблякимов Дамир Рустемович**  
*Студент*

*Самарский государственный экономический университет, Экономический  
факультет, Самара, Россия  
E-mail: damir10@list.ru*

Виртуальная идентичность – продукт мультимедийных технологий, которые охватывают не только компьютерные средства обработки информации, но и носителей этой информации.

мультимедийная виртуальная идентичность – продукт высокоинтерактивного компьютерного окружения, в котором человек вместе с компьютером становится частью виртуального мира.

Ее рукотворный характер - с другими искусственно созданными существами, такими как гомункулус, голем, кукла и робот. Виртуальная идентичность может облегчать жизнь своему создателю, работая на него (или за него), подобно голему или домашнему роботу, а может и начать безобразничать, как Буратино, ожившая кукла, или как тот же голем, вышедший из под контроля.

Киберпространство - это имя, которым мы наделяем человеческое воображение, когда получаем к нему доступ через модем". Как было показано ранее, ближайшим литературным аналогом виртуальной личности является персонаж. Псевдоним, литературная мистификация и лирический герой - также близки виртуальной идентичности конструктивно и функционально

Виртуальная идентичность - явление многомерное и ее функции многообразны.

- рациональное выстраивание своего образа "для других"(управление идентичностью);
- переложение части функций на этот виртуальный образ, освобождающее его создателя от рутинных дел (голем);
- моделирование: имитация длящейся жизни и сознания в отсутствие субъекта сознания и жизни (роботы, компьютерные программы, искусственный интеллект, наделенные именем реального или вымышленного человека; возможно также использование и "ручных способов например, когда один человек пишет от лица другого, выдавая себя за него);
- социальная инженерия: использование виртуальной идентичности как инструмент влияния на умы и поведение других людей;
- "черная магия": частный случай социальной инженерии, при котором виртуальная идентичность используется для провокации, дискредитации или иного причинения вреда кому-либо;
- мистификация: введение в заблуждение других людей путем выдавания измышленного за реальное;
- аналогия между виртуальной реальностью с пространством воображаемого не только наделяет ее качествами творческой среды, но и определяет ее психотерапевтическую функцию; создание виртуальной личности - один из способов виртуальной

психотерапии: повышение уровня психического здоровья путем реализация желаний и фантазий, подавляемых в "нормальной жизни";

- самопознание: расширения знания о "я" путем объективации и интеграции его аспектов;
- мифотворчество: создание мифа о себе;
- реализация экзистенциальной потребности в лицедействе, желания "быть другим, а не собой";
- игра: произвольная неутилитарная деятельность, создающая порядок, отличный от "обыденной реальности" сопровождающаяся осознанием условности и доставляющая удовольствие.

Термин идентификация сегодня рассматривается как важнейшее основание личности, которое формируется в процессе взаимодействия с близкими людьми, социальными институтами, культурной средой.

Перцепция (лат. perceptio – представление, восприятие, от percipio – ощущаю, воспринимаю) – в современной психологии то же, что восприятие, т.е. познавательный процесс, формирующий субъективную картину мира. Результатом процесса восприятия становится построенный образ.

виртуальная реальность – это новая форма, которая выступает не столько продуктом «технологической революции», сколько цифровым воплощением идей современного человека.

Виртуальная идентичность в русском Интернете является выделенным жанром творчества. В отличие от англоязычного интернета, этот жанр был осознан в качестве такового и легитимизирован наличием соответствующей категории в крупнейшем русском конкурсе онлайн-литературы.

В заключение хочется привести слова историка Говарда Рейнгольда: «Виртуальная идентичность наглядно показывает, что наш социальный контракт с созданными нами же инструментами привел нас к той грани, когда мы должны незамедлительно решить, чем должен стать человек. Виртуальная идентичность, созданная мультимедийными средствами – это некий новый контракт между людьми и компьютерами, договор, который, возможно, наделит нас неограниченными возможностями, при этом бесповоротно нас изменив»

## Литература

1. 1. Борзенко А., Федоров А. Мультимедиа для всех. М.,1996.
2. 2. Дьяченко М.И. Психологический словарь-справочник. М., 2001.
3. 3. Ингенблек В. Все о мультимедиа. Киев, 1996.
4. 4. Колотаев В.А. Метаидентичность: киноискусство и телевидение в системе построения способов жизни. СПб., 2010.
5. 5. Amabile, T.M. (1996). Creativity in context: update to the social psychology of creativity. Boulder, Colo.; Oxford: Westview Press.

6. 6. boyd, d. (2002). **Fceted Id/entity: Managng Representation in a Digital World.** Media Arts and Sciences School of Architecture and Planning. Cambridge, MA: Massachusetts Institute of Technology:
7. 7. Goffman E. (1956). **The presentation of self in everyday life.** Edinburgh: University of Edinburgh, Social Sciences Research Centre.