

UOT 004.65:006.72

Cəfərov Y.M.

AMEA Nəsimi adına Dilçilik İnstitutu, Bakı, Azərbaycan

yedgar@yandex.ru

VİRTUAL ŞƏXSİYYƏT VƏ ONUN TƏŞƏKKÜLÜNDƏ DİLİN ROLU

Məqalədə virtual reallığın mühüm tərkib hissəsi olan virtual şəxsiyyət və onun təşəkkülündə dilin rolu araşdırılır. Şəxsiyyətin real və virtual həyatdakı təzahür formaları müqayisə edilir. Virtual ünsiyyətin əsasını təşkil edən virtual diskurs şərh olunur. Virtual mühitdə şəxsiyyətin identifikasiyası imkanları təhlil edilir, bu məsələdə dildən istifadə məsələlərinin rolu müəyyənləşdirilir. Virtual şəxsiyyətin xarakterik xüsusiyyətlərinin öyrənilməsinin gələcəkdə virtual mühitin idarə olunması üçün yaratdığı imkan və perspektivlər şərh olunur.

Açar sözlər: virtual şəxsiyyət, virtual diskurs, onlayn ünsiyyət, sosial media, sosial skoring.

Giriş

Psixologiya elmindən məlum olduğu kimi, şəxsiyyət problemi uzun illərdən bəri tədqiqatçıların diqqət mərkəzində olmuşdur. İnformasiya texnologiyaları erasında şəxsiyyət probleminin tamam yeni bir istiqaməti də ortaya çıxmışdır. Bu, virtual şəxsiyyət problemidir. Bu problemin müxtəlif cəhətlər üzrə tədqiqi son dərəcə mühüm əhəmiyyət kəsb etməkdədir. Çünki informasiya cəmiyyətində baş verən bir çox proseslər, elektron informasiya mühitindəki tendensiyaların məqsədyönlü şəkildə idarə olunması virtual şəxsiyyətin xarakterik özəllikləri barədə dərin biliklərdən asılıdır.

Əslində, elektron kommunikasiya vasitələrində insan “mən”inin təqdimatı formalarının öyrənilməsi cəhdləri bu vasitələrin özünün yarandığı dövrdən başlanır. Bu sahədə ilk elmi təşəbbüslərin hələ teleqraf epoxasına təsadüf etdiyini görürük [1]. Amma bu məsələnin son onilliklərdə böyük tədqiqatçı marağı doğurması İnternetin bütün dünyada geniş yayılması ilə əlaqədardır.

Virtual şəxsiyyət problemi

Virtual şəxsiyyət problemini maraqlı edən əsas cəhətlərdən biri onda “şəxsiyyət” anlayışının özünün etimoloji mənasına sözün real həyatdakı ifadəsindən daha çox yaxınlaşmasıdır. Belə ki, bu söz dünyanın əksər dillərində, o cümlədən Azərbaycan, rus və ingilis dillərində faktiki olaraq eyni etimologiyaya əsaslanır. Azərbaycan dilindəki “şəxsiyyət” sözü öz kökünü ərəb sözü olan “şəxs” kəlməsindən götürərək hər hansı bir konkret şəxsi, simanı bildirir. Rus dilindəki “şəxsiyyət” (личность) sözü də “лицо”, “личина” (üz, sifət) sözləri ilə bağlıdır. İngilis dilində “şəxsiyyət” mənasını ifadə edən “personality” sözü isə öz əsasını iki latın sözündən – “per” və “sona” sözlərindən götürmüşdür ki, bu da bir növ “vasitəsilə danışır” mənasını ifadə edir. Sonralar qədim Yunanıstanda və Roma imperiyasında bu söz teatr tamaşasında aktyorun “maskası” şəklində özünü büruzə vermişdir. Qədim teatr tamaşalarında adətən, səhnə hərəkətindən asılı olaraq “maska” dəyişdirilir, aktyor rola daxil olurdu və söz də bununla əlaqədar idi. Amma zaman keçdikcə “persona” sözü indiki mənə yükünü almağa, “personality” – “şəxsiyyət” mənasında işlənməyə başladı [2].

Virtual mühitdə şəxsiyyət sözü özünün qədim mənasına ona görə yaxındır ki, virtual şəxsiyyət də, əslində, insanın maskasıdır. Virtual ünsiyyətə daxil olan insan müxtəlif vasitələrin köməyi ilə öz maskasını yaradır və bu maska virtual şəxsiyyətin əsas xarakterik xüsusiyyətlərini formalaşdırır.

Real həyatda insan şəxsiyyəti birbaşa və dolaylı mənada onun siması, sifəti kimi nəzərə çarpır, bu mühitdə insan öz simasını uzun müddət gizlədə bilmir. İnsan özünün sifət cizgiləri, fizioloji xüsusiyyətləri və s. vasitəsilə başqalarından fərqlənir, onun şəxsiyyəti birbaşa identifikasiya olunur. Dolaylı mənada isə, insan şəxsiyyəti onun “ruhunun”, bütün fərdi-psixoloji

xüsusiyyətlərinin təzahürü kimi özünü büruzə verir. Bütün bu xüsusiyyətlər, eləcə də, fərdin ünsiyyət üslubu, davranışları, fikir və ideyaları onun aydın eyniləşdirilməsinə və gələcək davranışlarının proqnozlaşdırılmasına imkan yaradır. Əslində, virtual şəxsiyyət də şəxsiyyətin real həyatdakı identifikasiyasının davamıdır. Amma burada şəxsiyyətin dolaylı eyniləşdirilməsi vasitələrinin rolu daha böyükdür. Eyni zamanda, virtual mühitdə insanın öz şəxsiyyətini yaratması imkanları real həyatda olduğundan daha genişdir. Burada, virtual şəxsiyyətin birbaşa təzahür forması kimi onun əsl “mən”i deyil, qeyd etdiyimiz kimi, arxasında gizləndiyi maskanın əsas xüsusiyyətləri çıxış edir. İnternet istifadəçisi bu maskaya istədiyi xüsusiyyətləri əlavə edə, yaxud bu maskalardan ixtiyari sayda yarada bilər.

Virtual şəxsiyyətin xarakterik xüsusiyyətləri

Bəs virtual şəxsiyyət kimdir, onun mahiyyəti nədən ibarətdir? Mövcud yanaşmaya görə, İnternetdə baş verən istənilən kommunikasiya virtual xarakterlidir və istənilən İnternet istifadəçisi də virtual şəxsiyyət hesab edilə bilər. Bir sıra hallarda “virtual şəxsiyyət”in sinonimi kimi “klikləyən adam” yaxud “post insan” terminlərindən də istifadə olunur [2].

Virtual şəxsiyyət monolit xarakterə malik deyildir. Ona görə də bunun dəqiq analizini vermək bir qədər çətindir. O, elektron mühitdəki subyektivizmin ən müxtəlif variantlarını əhatə edir [3].

Bununla belə, virtual şəxsiyyətin əsas xarakterik cizgilərini aşağıdakı kimi ümumiləşdirmək olar:

Qeyri-cismanilik. Virtual mühitdə şəxsiyyət maddi şəkildə mövcud deyil. Onun fiziki əlamətlərini, səsini və s. bu mühitdə yalnız müxtəlif audiovizual faktların köməyi ilə təsəvvür edə bilərik ki, bu faktların da virtual şəxsiyyətin real həyatdakı prototipinə aid olub-olmamasına təminat yoxdur. Beləliklə, virtual mühitdə şəxsiyyət özünün semantik aktında yoxa çıxır.

Real həyatda şəxsiyyət subyektin keyfiyyətinə əsaslanan obyektə malikdir. Virtual şəxsiyyətin də subyektin keyfiyyətinə əsaslanan obyektə vardır. Lakin burada mövcudluğun statusu müəyyən edilməmişdir. Virtuallıq burada reallıq və qeyri-reallıq arasında ifadə olunur. Virtual şəxsiyyət bir tərəfdən işarə və hərəkətlərdən, digər tərəfdən isə real şəxsiyyətin qavramında olduğu kimi, müşahidəçinin beynində yaranan obrazlardan, fikir və hisslərdən təşkil olunur. Beləliklə, bu məqamda virtuallıq reallığa qarşı dayanır.

Anonimlik. Virtual şəxsiyyət probleminə marağın yenidən aktuallaşmağa başladığı ilk dövrlərdə *The New Yorker* jurnalı bu mövzuda bir karikatura vermiş və o karikaturadan sonra bu aforizm populyarlaşmışdı: “İnternetdə sənin it olduğunu heç kim bilmir” [4]. Virtual şəxsiyyət anonimdir, amma burada anonimlik adın yoxluğu anlamına gəlmir. Virtual şəxsiyyət xüsusi ada malik olsa da, bir çox hallarda onun real adı gizlədilir və yaxud ad semiotik səciyyə dəşir.

İdentifikasiya imkanlarının genişliyi. Virtual şəxsiyyəti istənilən xarakterlərin yığılımı ilə düzəltmək mümkündür. Bunlar onun yerləşdirdiyi şəkillər, paylaşdığı fikir və ideyalar, dünyagörüşünü, mədəni səviyyəsini, maraqlarını ifadə edən materiallar, yazı üslubu, hətta dostlarının dairəsi və s. ola bilər.

Eyni vaxtda bir neçə virtual şəxsiyyətin yaradılması imkanı. Yuxarıda da qeyd etdiyimiz kimi, bir şəxs niyyətlərindən asılı olaraq özünün bir deyil, bir neçə virtual şəxsiyyətini yarada və onlar xarakter etibarilə bir-birindən kəskin şəkildə fərqlənə bilər.

Virtual ünsiyyət amili. Real həyatda şəxsiyyətin təşəkkülü müəyyən mənada ünsiyyət prosesinin məhsuludur. Ünsiyyət insan şəxsiyyətinin formalaşmasına istiqamət verir. İnsanın özünü dərk etməsi, öz məninə nəzər salması, özünü başqaları ilə müqayisə edərək qiymətləndirməsi ünsiyyət prosesində ortaya çıxır. Virtual şəxsiyyət anlayışı da virtual ünsiyyətlə bilavasitə əlaqədardır. Eyni zamanda, qeyd etməliyik ki, virtual mühitdə baş verən hadisələr qarşılıqlı təsirdə olan virtual iştirakçıların real həyatına da təsir göstərir. Bu təsirlər bəzən xoş, konstruktiv olur, amma bəzi hallarda da mənfi, dağıdıcı səciyyə dəşir.

İşarələr kompleksi. Virtual şəxsiyyət dar mənada işarələr kompleksindən ibarətdir. Bu işarələr kompleksi elektron mühitdə mövcuddur və bu mühit həmin işarələrin daşıyıcısı kimi çıxış edir. Amma bu işarələrin reallaşdırılması, qavranılması insan zəkasında baş verir. Bu mənada, virtual şəxsiyyətlər təkcə işarələr kompleksi kimi yox, həm də ideyalar və ağıllar kompleksi kimi çıxış edir.

Emosiyalar. Virtual şəxsiyyət işarələrdən, obraz fəaliyyətindən, təqdimatlardan, müşahidəçinin psixikasında müəyyən təəssüratlar yaradan emosiyalardan təşkil olunur. S.İ. Vıqonskinin fikrincə, insan psixikasının virtuallaşması və virtual realıq haqqında hallüsinasiya massivi kimi danışmaq lazımdır. Virtual şəxsiyyətin spesifik xüsusiyyətləri ənənəvi təfəkkür obrazını dağıdır və patoloji nəticələrə gətirib çıxarır [5].

Əgər virtual şəxsiyyəti bu cür qəbul etsək, o zaman bu, linqvistikadan daha çox, psixologiyanın tədqiqat obyektidir. Bir çox tədqiqatçılar müvafiq kompüter proqramlarını da virtual şəxsiyyət hesab edirlər [6]. “Bu proqramların müxtəlifnövünlüyü sadə işarələrdən variasiya olunur. Onlar elementlərin yenidən kombinasiya olunması yolu ilə psevdofikir yüklü mətnlərdən törəyir. Məlumat bazasında saxlanılan informasiya, müvafiq fəaliyyətlə bağlı müxtəlif çətinlik dərəcəsinə malik mətnlər, ünsiyyətin dəstəklənməsi imkanı, həmsöhbətin suallarının müəyyən edilməsi, personaj xarakteri, hərəkət imkanı, mimika və süni intellekt bu proqramları virtual şəxsiyyətə müəyyən qədər yaxınlaşdırır [5].

Bununla belə, informasiya-kommunikasiya texnologiyalarının sürətli inkişaf tempinə baxmayaraq, virtual şəxsiyyəti imitasiya edən proqramlar hələ o qədər də mükəmməl deyildir. Onlar tipik və təkrarlanan ifadələrin konkret fonduna malikdir. Bu ifadələr heç də həmişə bu və ya digər replikaya adekvat olmur və onların imitasiya xarakteri asanlıqla üzə çıxır. Linqvistik nöqteyi-nəzərdən, bu cür virtual şəxsiyyətlər elmi araşdırma üçün uyğun sayılmır. Amma həmin proqramlar bu və ya digər sözün işlənmə tezliyinin müəyyənəşdirilməsi və istifadə etdiyi sözlərin sayına əsaslanaraq da istifadəçinin məqsədlərinin üzə çıxarılması baxımından faydalı ola bilər. Belə təhlillər əsasında konkret şəxs üçün hansı məsələlərin aktual olduğunu, fərdi zövq və maraqlarını, onu hansı problemlərin narahat etdiyini və s. üzə çıxarmaq mümkündür.

Virtual diskurs

Virtual ünsiyyətin əsasında virtual mətn (diskurs) dayanır. Bu mətn, ünsiyyət situasiyasında virtual realıqla yüklənib və reallığın xüsusi bir modeli kimi çıxış edir. Virtual diskurs informasiya texnologiyaları əsasında meydana çıxır və kommunikasiya obrazlarının qarşılıqlı təsiri əsasında realizə olunur. Sosioliqvisitika İnternet ünsiyyəti zamanı istifadə olunan bütün mətnləri virtual diskurs kimi nəzərdən keçirir.

Virtual diskursların ümumi xarakteri İnternetin əsas kommunikativ vasitələrində ortaya çıxır. Ona görə də əvvəllər heç zaman mövcud olmamış bu yeni tip diskursun müxtəlif növləri vardır: kompüter (elektron) diskursu, şəbəkə diskursu, İnternet-diskurs, virtual diskurs və s.

Diskursun istənilən növü, hər şeydən əvvəl, özünün konstitutiv işarələri əsasında müəyyən olunur. Bu əlamətlərsiz diskurs özü mövcud ola bilməz. Bu əlamətlər nitq ünsiyyətinin postulatlarına əsaslanır və normal insan kommunikasiyasının prinsiplərindən biri kimi təqdim olunur. Diskursun konstitutiv əlamətlərindən söhbət gedərkən, ilk növbədə, ünsiyyətin iştirakçıları, onların məqsədləri, dəyərləri, strategiyaları, nitqin janrı və istifadə edilən nümunələr haqqında danışmaq lazım gəlir. Bu sahəyə diqqət yönəldən tədqiqatçıların çoxu ünsiyyət iştirakçılarının daxil etdikləri müxtəlif diskursları öyrənməyə çalışırlar. Elə virtual şəxsiyyətlər vardır ki, onlar özlərini hərtərəfli təqdim etməkdən ötrü müxtəlif verbal işarələrdən istifadə edirlər və bu da nitq məhsulunun qavranılmasına kömək göstərir [7].

Bu mənada, sosial şəbəkə iştirakçıları yazdıqları mətnlərlə öz virtual şəxsiyyətlərini dəstəkləyirlər. İstənilən sosial şəbəkə istifadəçisi özü, maraqları, düşüncələri, hissələri haqqında danışmaq və eşidilmək istəyir. Paylaşdığı materialların məzmunu, ünsiyyət tərziləri ilə öz obrazını formalaşdırır. İnternetin yaratdığı ünsiyyət məkanı hər biri öz aləmində özünü ideal hesab edən

insanların dünyasıdır. Onlar özlərini arzuladıqları kimi təqdim edir və istəyirlər ki, başqaları da onları məhz belə qəbul eləsin. Məqsəd, real həyatda olduğu kimi, virtual mühitdə də hansısa üstün cəhətinə görə çoxluqdan seçilmək istəyidir. Bu mənada, sosial şəbəkə şəxsiyyətin təbliği üçün mükəmməl alətdir. Bununla belə M.B.Berqelsonun da qeyd etdiyi kimi, virtual diskursun istifadəçiləri arasında xüsusi koqnitiv model mövcuddur. Onlar ünsiyyət tərəfdaşlarının əslində kim olmasına heç zaman tam əmin deyillər [8].

Ona görə də ünsiyyət iştirakçısı virtual kommunikasiyadakı tərəfdaşının real deyil, şərti obrazını qəbul edir. Bu obraz şəxsi xarakterizə edən assosiativ əlamətlər yığını əsasında formalaşır. C.Riva və K.Qelimberty öz araşdırmalarında qeyd edirlər ki, bu zaman kommunikasiya tərəfdaşının uydurulmuş şəxsiyyət olmadığına, əslində heç kim zəmanət verə bilməz. Amma eyni zamanda, həmin şəxsin şərti obrazının onun real şəxsiyyəti ilə tam üst-üstə düşməsinə də inkar etmək mümkün deyildir [9]. Çünki uydurulmuş obrazdan istifadə edən virtual şəxsiyyət real obrazını da məhdudlaşdırmaya və onun həm virtual, həm də real şəxsiyyəti üst-üstə düşə bilər. Bu hal, şəxsin kommunikasiya zamanı özünün əsl xarakterini, həyat prinsiplərini, zövqlərini və s. vurğulamaq istədiyi məqamlarda baş verir. Araşdırma subyektini kimi maraqlı olan isə real deyil, virtual şəxsiyyət və onun davranışlarıdır. Amma virtual şəxsiyyət də bir çox hallarda diskursun bütün tipləri üçün xarakterik olmur. Bu diskurslardan yalnız biri – özünü mətn tərəfindən təqdim edən virtual diskurs virtual şəxsiyyət üçün xarakterikdir. Kommunikativ obrazların qarşılıqlı təsir zəmnində reallaşması virtual diskursun meydana gəlməsinin əsas şərtlərindən biridir. Çünki məhz bu halda diskursun bu və ya digər iştirakçısına öz şərti obrazında yanaşmaq mümkün olur. Bu zaman virtual diskurs özünü şəxsiyyətin real və assosiasiya olunmuş xarakterik xüsusiyyətlərinin məcmusu kimi təqdim edir.

Dil virtual şəxsiyyətin eyniləşdirilməsi vasitəsi kimi

Virtual şəxsiyyət iki fundamental keyfiyyətə də malikdir: 1) xüsusi adlar; 2) müstəqil davranış. Virtual şəxsiyyətin digər bütün əlamətləri törəyicidir. Xüsusi adın olmaması obyektin digər obyektlərdən fərqlənməsini mümkünsüz edir. Məsələn, virtual diskussiyalarda anonim qeydlərdə hətta orijinal ideyalar irəli sürülsə və fərdi üslub əlamətləri özünü büruzə versə də, yenə şəxssizlik kimi qəbul edilir. Amma bütün bunlar bu və ya digər bir ad altında təqdim ediləndə şəxsiyyət amili güclənmiş olur. Biz bu halı cansız əşya və predmetlərin, heyvanların xüsusi adla adlandırılması zamanı da müşahidə edə bilirik. Müəyyən bir adın, ləqəbin verilməsi onlara şəxsiyyət keyfiyyəti qazandırır.

Virtual şəxsiyyətin gender aspektləri və bunun dildə təzahürü də problemin maraqlı istiqamətlərindən biridir. Məlum olduğu kimi, real həyatda kişi və qadın adlarının semantikasi bir-birindən fərqlənir. Kişi adlarında cəsurluq, möhkəmlik, dözümlülük, mərdlik və s., qadın adlarında isə zəriflik, nəciblik, gözəllik və s. bu kimi məzmunlar aparıcı olur. Bütün bunlar virtual şəxsiyyətlərin ad seçimində də müşahidə olunur. Bundan başqa, kişi və qadınların real həyatda dildən istifadə tərzləri də eyni deyildir. Kişilərlə müqayisədə qadınların nitqində arqo, jarqon və vulqarizmlərə qat-qat az təsadüf edilir. Bu normalar virtual şəxsiyyətin dildən istifadəsində də özünü göstərir.

Qeyd etdiyimiz kimi, hər bir virtual şəxsiyyət istifadə etdiyi dil vasitələri, eləcə də, başqaları ilə paylaştığı digər materiallarla özü haqqında münasibət formalaşdırır. Öz dünyagörüşü, mədəni səviyyəsi, maraqları, aid olduğu sosial qruplar, dəstəklədiyi ideyalar, təmsil etdiyi dəyərlər, həyat tərz, vərdisləri, hansı situasiyalarda daha həssas olması və s. barədə müəyyən təsəvvür yaradır. Beləliklə, hər bir sosial şəbəkə istifadəçisinin virtual hesabında onun xarakteri öz əksini tapır və bu xarakteri müəyyən edən detalları təhlilə cəlb etməklə həmin şəxsin psixoloji portretini çəkmək mümkün olur. Bu portreti görüb tanımaq isə real həyatda fərdlə bağlı müəyyən qərarların verilməsindən ötrü vacibdir.

“Sosial skoring” adlanan bu üsuldan hazırda bank sektorunda müştərilərin kredit risklərinin müəyyənəşdirilməsi məqsədilə geniş istifadə olunur. İnsan resursları sahəsində çalışan

mütəxəssislər də işə qəbul üçün namizəd olan şəxslərlə bağlı araşdırmaların aparılmasından ötrü sosial skoring üsulundan faydalanırlar. Sosial skoring - şəxsin sosial şəbəkədəki davranışlarına əsasən onun sosial xarakterini öyrənərək qiymətləndirmə aparən araşdırma metodudur. Bu araşdırma geniş mənada *Big Data* texnologiyalarına əsaslanır. Sosial skoring zamanı şəxsin paylaşdığı mətnlər və audiovizual materiallar, dil savadlılığı ilə yanaşı, dost çevrəsi, sevimli filmləri, musiqi nümunələri, hətta tez-tez baş çəkdiyi qruplar, saytlar və yerlər belə nəzərə alınır [10].

Hətta virtual şəxsiyyətin istifadə etdiyi elektron ünvanın uzun, yaxud qısa olması, müvafiq ünvanın nə zaman yaradılması da sosial skoring zamanı müəyyən qənaətlər formalaşdırır bilər. Məsələn, banklarda aparılan sosial skoringlər zamanı müştərinin uzun elektron ünvanından istifadə etməsi kredit riskinin daha yüksək olmasına dəlalət edir. Bunun əksinə, əgər elektron ünvan qısadirsə, bu, o deməkdir ki, müştəri bu ünvanı çoxdan yaradıb, uzun illərdən bəri ondan istifadə edir və bu cür loyallaşmış müştərilərin kredit riskləri aşağı qiymətləndirilə bilər. İnsan resursları sahəsində isə namizədin virtual şəxsiyyətini qiymətləndirməyin aşağıdakı meyarları müəyyən edilmişdir. Əvvəlcə namizədə üstünlük qazandıran meyarın müsbət faiz əmsalına diqqət yetirək:

- sanballı status və şərhələr – 46 %;
- spesifik peşə-ixtisas sahəsi üzrə xüsusi qruplarda təmsilçilik – 67 %;
- peşəkar mövzularda məqalələrin paylaşımı – 54 % [11, 12].

Namizədin imicinə mənfi təsir göstərən paylaşımların faiz əmsalları isə aşağıdakı kimidir:

- sosial şəbəkədə söyüş – 41%;
- status və şərhələrdə qrammatik səhvlər – 8 %;
- bədbin məzmunlu statuslar – 12 % [11, 12].

Burada bir məqamı da xüsusi qeyd etmək lazımdır ki, virtual şəxsiyyətin üzə çıxarılması üçün onun hesabındakı materialların heç də hamısı eyni effektivliyə malik deyildir. Bu mənada, fərdin paylaşdığı 100 material arasından 10-u bəzən virtual şəxsiyyəti 1000 paylaşım içindəki 100 açar məqamdan daha yaxşı xarakterizə edə bilər.

Nəticə

İnformasiya cəmiyyətində baş verən bir çox proseslərin virtual şəxsiyyətlərin davranışlarından asılı olduğunu nəzərə alaraq, informasiya mühitindəki çoxşaxəli tendensiyaların məqsədyönlü şəkildə idarə olunmasından ötrü bu şəxsiyyətin xarakter xüsusiyyətlərinin tədqiqi son dərəcə zəruridir.

Virtual şəxsiyyətin təşəkkülündə dil çox mühüm rol oynayır. Ünsiyyət prosesində istifadə olunan müvafiq dil vahidlərinin analizi onun portretinin canlandırılmasına və real həyatda fərdlə bağlı doğru qərarların verilməsinə kömək göstərir. Ona görə də aparılan elmi tədqiqatların mühüm bir qismi məhz dil və virtual şəxsiyyət əlaqələrinin öyrənilməsinə əhatə etməlidir.

İnformasiya mühitinin idarə olunması, virtual şəxsiyyətlərin davranışlarının sosial normalara uyğunlaşdırılması, virtual realıqda mövcud olan çətinliklərin aradan qaldırılması üçün virtual şəxsiyyət və dil əlaqələri ilə bağlı elmi tədqiqatların davam etdirilməsinə, bu sahədə müvafiq elmi layihələrin həyata keçirilməsinə böyük ehtiyac vardır.

Ədəbiyyat

1. Тарасенко В.В. Человек кликающий: фрактальные метаморфозы // Общественные науки и современность, 2000, № 5, с.111-120
2. Ümumi psixologiya, Dərslük (S.İ.Seyidov və M.Ə.Seyidovun elmi redaktorluğu ilə), Bakı, YYSQ, 2014, 434 s.
3. Горный Е. Виртуальная личность как жанр творчества (на материале русского Интернета), Сетевая словесность, 2007, <http://www.netslova.ru/gorny/vl.html>
4. <http://www.newyorker.com/humor/daily-shouts/on-the-internet-nobody-knows-youre-a-human-whos-turned-into-a-dog>

5. Выгонский С.И. Виртуальная реальность как массовая галлюцинация // Школа эффективных лидеров: дистанционное образование, 2006, <http://www.gilbo.ru/index.php?page=psy&art=2414>
6. Bilton N. Disruptions: Social Media Images Form a New Language Online, http://www.bits.blogs.nytimes.com/2013/06/30/disruptions-social-media-images-form-a-new-language-online/?_php=true&_type=blogs&_php=true&_type=blogs&_r=1
7. Караулов Ю.Н. Русский язык и языковая личность, М.: Издательство ЛКИ, 2010, 264 с.
8. Бергельсон М.Б. Языковые аспекты виртуальной коммуникации // Вестник МГУ, 2012, сер. 19, 55-67 с.
9. Riva G., Galimberty C. Virtual Communication: Social Interaction and Identity in an Electronic Environment. Communication through Virtual Technologies. Identity, Community and Technology in the Communication Age. Amsterdam, 2001, 273 p.
10. <http://www.forbes.ru/tekhnologii/internet-i-svyaz/256483-laik-ot-banka-kak-internet-pomogaet-proveryat-nadezhnost-zaemshc>
11. http://www.hr-portal.ru/article/53-hr-specialistov-izuchayut-socialnye-seti-soiskateley?utm_source=site&utm_medium=block&utm_campaign=analog65
12. Nayar P.K. Virtual Worlds: Culture and Politics in the Age of Cybertechnology. New Delhi, Sage Publications, 2004, 343 p.

УДК 004.65: 006.72

Джафаров Едгар М.

Институт Языкознания им. Насими НАНА, Баку, Азербайджан
yedgar@yandex.ru

Проблема языка и виртуальной личности

В статье исследуются виртуальная личность, являющаяся важной частью виртуальной реальности, и роль языка в ее формировании. Сравниваются формы проявления личности в реальном и виртуальном мире. Рассказывается о виртуальном дискурсе, составляющем основу виртуального общения. Проводится анализ возможностей отождествления личностей в виртуальной среде, а также определяется роль языка в этих вопросах. Рассматриваются перспективы и возможности, созданные для управления виртуальной средой в будущем путем изучения феномена виртуальной личности.

Ключевые слова: виртуальная личность, виртуальная реальность, виртуальный дискурс, социальные медиа, социальный скоринг.

Edqar M. Jafarov

Institute of Linguistics named after Nasimi of ANAS, Baku, Azerbaijan
yedgar@yandex.ru

Virtual personality and language problem in its evaluation

The article analyzes the virtual personality subject, which is the significant part of virtual reality, and the role of language in its evaluation. It compares the forms of manifestations of personality in the real and the virtual world. Virtual discourse is analyzed, which is the basement of the virtual communication. The article analyzes the possibilities of personality authentication in the virtual environment and determines the role of language in these issues. The article views the perspectives and facilities created by studying the virtual personality phenomenon for the management of the virtual environment in the future.

Keywords: social media, social scoring, virtual discourse, online communicate, virtual reality, virtual personality.