

## Second Life как виртуальная лаборатория социолога

**Ключевые слова:** Second Life, виртуальная социальная реальность, методы компьютерного анализа и моделирования.

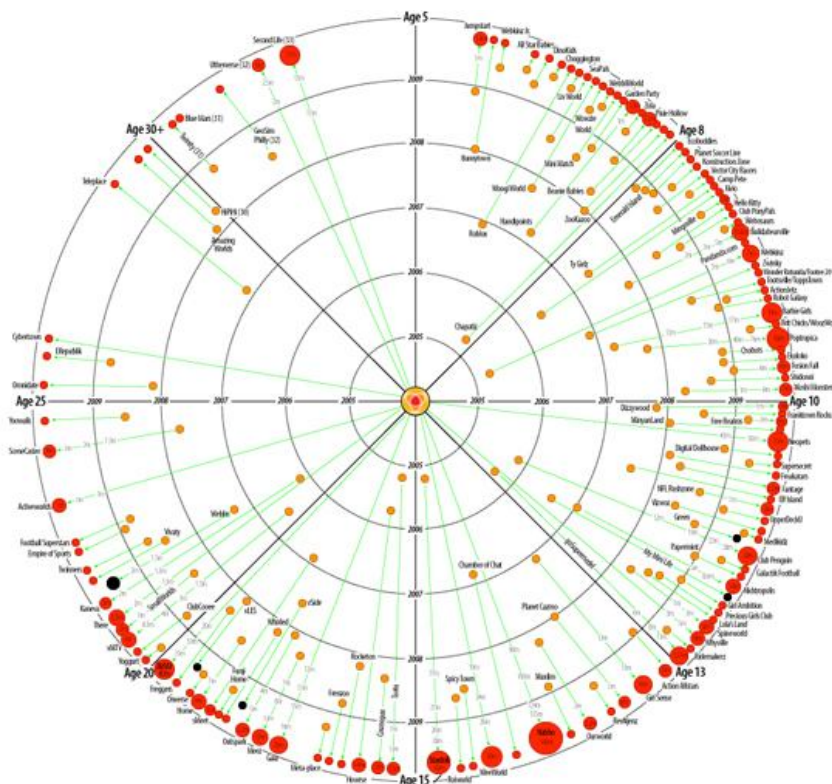
### Введение

The Virtual Worlds Universe (Универсум виртуальных миров) в Интернете увеличивается с течением времени быстрыми темпами. На рис. 1 представлен The Virtual Worlds Universe в 2009 году, где обозначены виртуальные миры, год создания и возраст участников.

Рис.1

The Virtual Worlds Universe

( <http://www.kzero.co.uk/universe.php#> )



Аналитики всемирно известной компании Gartner ( <http://www.gartner.com/it/page.jsp?id=545108> ) говорят о возникновении и растущем влиянии «Generation V» (Virtual) - виртуальном поколении, которое характеризуется соответствующими установками и интересами в виртуальной и реальной жизни. «Generation V» уже оказывает существенное влияние не только на виртуальную реальность, но и все сферы реальной жизни общества: культуру, образование, бизнес, досуг и т.д., побуждая крупные международные корпорации, Университеты, исследовательские Центры, библиотеки, музеи, выставочные галереи и т.д., использовать возможности виртуальных миров в своей деятельности.

Целью данного сообщения является привлечение внимания российских социологов к возможностям Second Life (Вторая Жизнь) для проведения социологических исследований виртуальной социальной реальности.

### ***Что такое Second Life?***

Second Life ( <http://secondlife.com/> ) - одна из самых известных, популярных и развитых многопользовательских онлайн социальных игр (massive multiplayer online role playing game), представляющая собой трехмерный виртуальный мир с миллионами пользователей – аватаров (3D виртуальных персонажей) ( [http://ru.wikipedia.org/wiki/Second\\_Life](http://ru.wikipedia.org/wiki/Second_Life) ), ( [http://en.wikipedia.org/wiki/Second\\_Life](http://en.wikipedia.org/wiki/Second_Life) ). В Second Life (SL) существует русский сегмент ( <http://secondlife.ru/> ).

Second Life (SL) – это не столько социальная игра, сколько виртуальная 3D социальная сеть (социальная система) для текстового и голосового общения, знакомств, виртуальных путешествий, выставок, концертов, просмотра фильмов, дистантного обучения, например, иностранным языкам, для ведения реального бизнеса, работы и т.д. В настоящий момент времени в SL действуют представительства крупнейших мировых компаний, например IBM, Nissan, которые проводят виртуальную презентацию и маркетинговые исследования своей продукции в SL. Например, компания Nissan в SL предлагает аватарам виртуальные автомобили для путешествий в SL и проводит маркетинговые исследования. Компания IBM проводит, в частности, Virtual World Conference, что позволяет существенно снизить затраты на проведение международных конференций. Ряд зарубежных Университетов организовали в SL аудитории, где происходит дистантное образование.

Существуют официальные руководства и пособия по SL, например [1-4], в которых излагаются рекомендации по жизнедеятельности в SL, в частности, создания своего виртуального мира (земли, ландшафты, здания, магазины, площадки для публичных дискуссий и т.д.); аватара; нормы поведения; рекомендации по ведению бизнеса; наказание за виртуальные преступления, например, виртуальное изнасилование и т.д. В целом, SL - это виртуальная е-социальная система, которая создана людьми и развивается благодаря совместному творчеству людей.

### ***Социологические исследования в Second Life***

*Теории.* При проведении исследований в SL используют ролевые теории, теории Everyday Life (повседневной жизни), в частности, теорию Erving Goffman (<http://eprints.gut.edu.au/28613/>), теории Qualitative Research [5], теории Visual Sociology 2.0 (визуальной социологии в Интернете) (<http://basilicata.travel/lucanialab/>), the communication theory, the theory of collective imagery, the theory of social dynamics, the sociology of tourism, компьютерные теории социальных систем и т.д.

*Методы сбора и анализа информации.* При проведении эмпирических исследований в SL используют методы включенного наблюдения, анализ блогов и форумов участников SL, онлайн опросы участников, опросы аватаров, фокус группы, качественные методы [5], методы Visual Sociology (визуальной социологии), Spatial Analysis (анализ пространственных данных, приуроченных к виртуальному «географическому» месту), Data Mining, Text Mining и Audio Mining [6], Social Networks Mining [7], компьютерные имитационные эксперименты осуществляют с помощью компьютерной методологической парадигмы Multi-Agent-Based Social Simulations (MABSS) [8], проводят реальные натурные эксперименты. Опросы в SL осуществляются как бесплатно, так и за Linden Dollar (L\$) – валюту SL, которую можно получить, обменяв на настоящие деньги. Предусмотрена также обратная конвертация, что создает возможность ведения реального бизнеса в SL. Так, например, широко известна история Аньше Чун (Anshe Chung), немецкой учительницы китайского происхождения, которая благодаря виртуальному бизнесу в SL заработала один миллион реальных денег.

В качестве иллюстрации проведения исследований в SL, кратко рассмотрим методику лонгитюдного исследования «Avatars in Second Life», которое провела Virtual Human Interaction Lab Stanford University ( <http://vhil.stanford.edu/projects/secondlife/> ). 80 участников в течение 8 недель в SL изучали влияние аватара на виртуальное и реальное поведение. В начале исследования каждый участник ответил на вопросы анкеты, получил аватара с заданными характеристиками (высокий, низкий, избыточный вес, противоположного пола) и L\$1000. В соответствии с экспериментальным планом, классы аватаров были распределены между участниками поровну. Участникам нужно было фиксировать создаваемый контент, онлайн-поведение, в частности, в чатах и группах, на мероприятиях, анимацию, локализации в SL. Каждый участник должен был провести в SL, как минимум, шесть часов. В конце каждой недели, участники заполняли веб-опросник, который содержал вопросы о событиях в реальной жизни участника и его реакциях в SL в течение последних дней. На рис. 2 представлен один момент времени исследования «Avatars in Second Life».

Рис.2

### Исследование «Avatars in Second Life»



Другая методика экспериментального исследования. Исследователи из University College London ( <http://www.newscientist.com/article/dn12870> ) наблюдали за

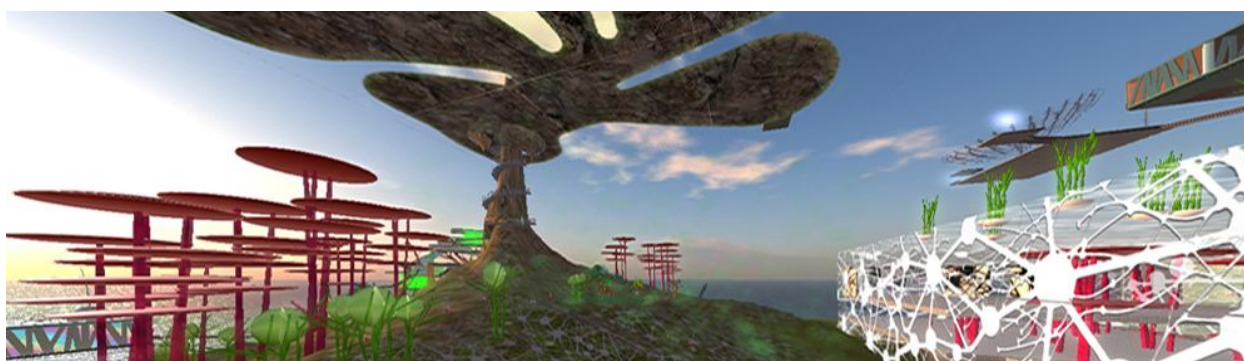
реакцией участников SL на вызывающее поведение и грубые фразы виртуального участника-экспериментатора, которого контролирует специальная программа SL-bot. Программное обеспечение не только автоматически управляло действиями персонажа-экспериментатора, но и записывало происходящее. SL-bot отправлял персонажа в произвольном направлении, в котором он двигался до тех пор, пока не обнаружит другого персонажа. Бот мог реагировать на действия или слова других персонажей.

*Исследовательские проекты.* В SL осуществляются разнообразные исследовательские проекты, которые реализуют крупные исследовательские Центры и лаборатории, например The Berkman Center for Internet and Society Harvard University ( <http://cyber.law.harvard.edu/node/165> ), Virtual Human Interaction Lab Stanford University ( <http://vhil.stanford.edu/> ), Research Center for Virtual Environments and Behavior University of California ( <http://www.recveb.ucsb.edu/> ). Как правило, данные Центры и лаборатории, которые существуют в реальном мире, создают виртуальные лаборатории в SL. Кратко упомянем только некоторые из исследовательских проектов.

В рамках проекта LucaniaLab project ( <http://basilicata.travel/lucanialab/> ), изучаются, в частности, social and visual landscape. Для реализации данного проекта в SL была создана специальная территория (см. рис.3), где проводились наблюдения за поведением персонажей, опросы персонажей, осуществлялись эксперименты (см. рис.4).

Рис.3

Lucania Lab



## Экспериментальная ситуация (Science Fiction Party) в Lucania Lab



Bradley

University

( <http://im.bradley.edu/ell/slstuff.html?q=com/faculty/lamoureux/website2/slstuff.html> )

осуществляет научно-образовательный проект в SL, в рамках которого происходит обучение Field Research in Virtual Worlds, в частности, Field Research in Second Life, для изучения virtual community и на виртуальной практике в SL отрабатываются навыки использования данных методов. Аватар руководителя проекта представлен на рис.5.

Рис.5

Professor Beliveau/Ed Lamoureux



*Полученные результаты.* Статистику по SL регулярно собирает Linden Lab ( <http://lindenlab.com/> ) и в официальном блоге SL публикует отчеты с результатами исследований ( <https://blogs.secondlife.com/community/features/blog/2009/04/16/the-second-life-economy--first-quarter-2009-in-detail> ). Основными мотивами участия в SL являются развлечения, исследование интересных мест, зарабатывание денег, знакомства, развитие навыков создания контента ( <http://www.secondlife.ru/?act=vote&show=3> ). Важным мотивом участия в SL также является возможность начать «жизнь заново», самореализоваться, при этом, не отказываясь от ряда своих привычек, желаний и т.д., приобретенных в реальной жизни. Установлено, что Virtual Worlds являются лучшей альтернативой по сравнению с Face-to-Face Interaction; чем привлекательнее аватар, тем чаще с ним общаются другие аватары, чаще приглашают на различные мероприятия в SL; даже в виртуальном мире люди склонны защищать свое персональное пространство, причем мужчины гораздо активнее защищают свое персональное пространство, по сравнению с женщинами; выявлены закономерности образования виртуальных сообществ; образования норм, ценностей, образцов виртуальной культуры и т.д. В целом, результаты многочисленных эмпирических исследований показывают, что в SL многое происходит так же, как и в реальном мире, однако, существуют и отличия от реального мира, связанные со спецификой виртуального мира. Между виртуальным поведением в SL и поведением в реальном мире существуют прямые и обратные взаимодействия.

В SL действуют известные общесистемные принципы и законы строения и динамики систем, принципы и законы строения и динамики реальных социальных систем, принципы и законы строения и динамики е-социальных систем (электронных социальных систем в Интернете) и v-социальных систем (виртуальных электронных социальных систем). Данные законы действуют параллельно и, в ряде случаев, асинхронно, с запаздываниями и т.д.

### **Заключение**

Second Life – это виртуальная лаборатория социолога. Хотелось бы надеяться, что российские социологи обратят внимание на широкие и принципиально новые исследовательские возможности, которые представляет Second Life для изучения виртуальной социальной реальности и понимания

поведения, мнений, эмоций, установок, образов мира и т.д. людей в реальной жизни.

#### СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Rufer-Bach K. The Second Life Grid: The Official Guide to Communication, Collaboration, and Community Engagement. N.Y.: Sybex, 2009.
2. Rymaszewski M. Second Life: The Official Guide. N.Y.: Sybex, 2008.
3. Moore D., Thome M. Scripting Your World: The Official Guide to Second Life Scripting. N.Y.: Sybex, 2008.
4. Weber A., Rufer-Bach K. Creating Your World: The Official Guide to Advanced Content Creation for Second Life. N.Y.: Sybex, 2007.
5. Давыдов А.А. Качественные исследования: перспективы развития. М.: ИС РАН, 2008. ( [http://www.isras.ru/index.php?page\\_id=922](http://www.isras.ru/index.php?page_id=922) ).
6. Давыдов А.А. Системная социология: анализ мультимедийной информации в Интернете. М.: ИС РАН, 2009. ( [http://www.isras.ru/index.php?page\\_id=988](http://www.isras.ru/index.php?page_id=988) )
7. Давыдов А.А. Системная социология: Social Networks Mining. М.: ИС РАН, 2009. ( [http://www.isras.ru/index.php?page\\_id=1033](http://www.isras.ru/index.php?page_id=1033) )
8. Crooks A., Hudson-Smith A., Dearden J. Agent Street: An Environment for Exploring Agent-Based Models in Second Life// Journal of Artificial Societies and Social Simulation. 2009, 12 (4), 10. ( <http://jasss.soc.surrey.ac.uk/12/4/10.html> ).