

## ОПЫТ ИССЛЕДОВАНИЯ ИДЕНТИЧНОСТИ ЛИЧНОСТИ АКТИВНЫХ ИНТЕРНЕТ-ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ

© *В.А. Перегудина*

Тульский государственный университет, Тула, Российская Федерация

Поступила в редакцию 16.06.2021

В окончательном варианте 10.08.2021

■ Для цитирования: Перегудина В.А. Опыт исследования идентичности личности активных интернет-пользователей // Вестник Самарского Государственного Технического Университета. Серия «Психолого-педагогические науки». 2021. Т. 18. № 3. С. 127–144. DOI: <https://doi.org/10.17673/vsgtu-pps.2021.3.9>

В статье отражены результаты исследования, направленного на изучение особенностей идентичности личности активных пользователей сетевых масс-медиа молодого возраста. В основу исследования положено представление современных авторов о том, что идентичность в Интернете – это один из аспектов реальной идентичности, возникающий за счет проекции устойчивых, значимых личностных особенностей в виртуальный мир, использования возможностей информационных и коммуникационных технологий для конструирования новых, а также трансформации имеющихся сторон личностной идентичности. Для сопоставления аспектов идентичности личности активных интернет-пользователей («Я-виртуальное», «Я-идеальное» и «Я-реальное») использованы критерии дифференцированности имеющихся образов, множественности создаваемых Я-образов, а также степени наполненности и развитости конкретных сторон идентичности. Степень дифференциации типов идентичности диагностировалась на основе анализа результатов семантического дифференциала Ч. Осгуда; показатель множественности Я-образов, презентуемых в реальности, а также в виртуальном пространстве, измерялся с помощью модификации теста Куна – Макпартленда «Кто «Я» онлайн?»; изменчивость черт реальной личности в аспекте виртуальной самопрезентации диагностировалась с помощью сопоставления между собой результатов индивидуально-типологического опросника и метода диагностики межличностных отношений Л.Н. Собчик. В результате анализа с помощью теоретических и эмпирических методов исследования, а также методов обработки данных (описательная статистика, графический анализ и расчет критериев различий и корреляции) доказано, что идентичность личности активных интернет-пользователей отличается большей множественностью Я-образов, меньшей дифференцированностью Я-концепции (образ виртуального Я сливается с образом реального Я), а также выраженной тенденцией к изменчивости личностных характеристик за счет увеличения выраженности социально-желательных черт личности и тенденции к аггравации имеющихся.

**Ключевые слова:** личностная идентичность, сетевая идентичность, Я-виртуальное, Я-идеальное, Я-реальное, дифференцированность Я-концепции, множественность Я-образов, личностная трансформация.

**Благодарности:** автор выражает признательность редакционной коллегии и издателям журнала «Вестник СамГТУ. Серия «Психолого-педагогические науки», а также рецензентам за предоставление рецензии и рекомендацию к публикации.

UDC 159.923.2

## EXPERIENCE IN RESEARCHING THE IDENTITY OF ACTIVE INTERNET USERS

© V.A. Peregudina

Tula State University, Tula, Russian Federation

Original article submitted 16.06.2021

Revision submitted 10.08.2021

■ For citation: Peregudina V.A. Experience in researching the identity of active internet users. *Vestnik of Samara State Technical University. Series Psychological and Pedagogical Sciences*. 2021;18(3):127-144. DOI: <https://doi.org/10.17673/vsgtu-pps.2021.3.9>

The paper reflects the results of a study aimed at studying the features of the identity of the personality of active users of network mass media of young age. The research is based on the idea of modern authors that identity on the Internet is one of the aspects of real identity that arises due to the projection of stable, significant personal characteristics into the virtual world, the use of the possibilities of information and communication technologies to construct new ones, as well as the transformation of existing aspects of personal identity. To compare the aspects of the identity of the personality of active Internet users («I-virtual», «I-ideal» and «I-real»), the criteria of differentiation of existing images, the multiplicity of created Self-images, as well as the degree of fullness and development of specific aspects of identity are used. The degree of differentiation of the types of identity — real and virtual — was diagnosed based on the analysis of the results of Osgood's semantic differential; the indicator of the multiplicity of Self-images presented in reality, as well as in virtual space, was measured using the Kuhn-McPartland test «Who I am?» and its modification «Who I am online?»; the variability of real personality traits in the aspect of virtual self-presentation was diagnosed by comparing the results of the individual typological questionnaire (ITO) and the method of diagnosing interpersonal relations (DMO) by L. N. Sobchik. As a result of the analysis using theoretical and empirical research methods, as well as data processing methods (descriptive statistics, graphical analysis and calculation of criteria for differences and correlation), it is proved that the identity of the personality of active Internet users is characterized by a greater multiplicity of Self-images, less differentiation of the Self-concept (the image of the virtual Self merges with the image of the real Self), as well as a pronounced tendency to variability of personal characteristics due to an increase in the severity of socially desirable personality traits and a tendency to aggravation of existing ones.

**Keywords:** personal identity, network identity, I-virtual, I-ideal, I-real, differentiation of I-concept, multiplicity of I-images, personal transformation.

*Acknowledgements:* the author expresses gratitude to the editorial board and publishers of the journal « Vestnik SamSTU. Series «Psychological and pedagogical sciences»», as well as reviewers for providing a positive review and recommendation for publication. Special thanks to the organizers of the II All-Russian Scientific and Practical Conference «Man in Uncertainty» for the opportunity to publish the results of the work free of charge.

### Введение

Сеть Интернет все больше приобретает характер основного инструмента взаимодействия между людьми, охватывая практически все сферы человеческой жизни — работа, дом, услуги, товары и т. д. Количество пользователей интернет-ресурсов с каждым годом стремительно возрастает за счет все

большей доступности и востребованности постоянно совершенствуемых информационных и коммуникационных технологий. При этом обращает на себя внимание тот факт, что данный процесс происходит по большей части за счет молодежной аудитории. Социальная глобализация и формирование общества нового типа, в котором информация становится одной из ведущих ценностей, делает сетевое пространство основным источником накопления знаний не только о мире, но и о личности. Информация обладает возможностью персонализации и дает ее обладателю новые стороны самоидентификации, приводя к изменению привычных механизмов конструирования собственной идентичности. В итоге логичным становится выделение феномена виртуальной идентичности в проблемном поле психологии, исследование которого стремительно набирает обороты практически во всех областях знаний. Актуальность подобных исследований задана, по сути, характеристиками той макрокультурной ситуации, которая отличает современное общество. Психологические механизмы воздействия информационных сетевых технологий на самосознание человека должны стать предметом всестороннего анализа, особенно с точки зрения формируемых личностных особенностей, возможных идентификационных трансформаций.

Научная новизна нашего исследования определяется недостаточной разработанностью в современной психологии проблемы коммуникации через Интернет в целом. Несмотря на то, что в научных исследованиях описываются ведущие особенности виртуального пространства, позволяющие современному человеку презентовать себя в нем, практически не разработана проблема формирования и трансформации идентичности личности активных интернет-пользователей. Тем более что глубокое погружение в виртуальную реальность и преобладание опосредованного сетевого взаимодействия — это последствия стремительного развития информационных и коммуникационных технологий лишь последних лет, поэтому еще не накоплено достаточного объема объективной информации об их влиянии на развитие и становление личности. По сути, еще не выросло ни одно поколение, в разрезе которого мы могли бы судить о существенности происходящих трансформаций за счет лонгитюдного исследования особенностей становления его личностной идентичности. Именно поэтому особенно значимым будет изучение представителей современной молодежи как непосредственных самых активных пользователей сетевых медиа в имеющихся условиях.

Логично предположить, что чем больше времени человек проводит в сети, тем более слиты в его сознании реальный и виртуальный мир, тем более проработанной становится сетевая идентичность, возможно, даже в ущерб реальной. Отраженные в статье результаты обобщают и расширяют имеющуюся информацию о сетевой идентичности и описывают ее именно с точки зрения выявления ведущих закономерностей и основных структурно-содержательных личностных изменений в условиях активного погружения в мир сетевых медиа в период юности и молодости.

## 1. Обзор литературы

Идентичность человека представляет собой его тождественность самому себе. Содержательное наполнение идентичности традиционно связывают

с представлением личности о себе, с определенным отношением и оценкой себя и своей жизни, а также с реализуемой на этой основе системой самопрезентаций и поведения. К этим трем стандартным составляющим идентичности — когнитивной, аффективной и поведенческой — в психологических исследованиях все чаще добавляют знаково-символическую, отмечая особый модус существования современного человека в мире смыслов, концептов, текстовой информации [1]. Конструирование личностной идентичности происходит за счет накопления знаний человека о самом себе, опыта ролевого взаимодействия и самопрезентации, рефлексии личностных смыслов, самооценок и оценок других, обобщения возникающих на протяжении жизни идентификаций, сравнения себя с окружающими, сознательного изменения себя за счет стремления к саморазвитию и индивидуализации. Подобное конструирование эго-идентичности является неотъемлемой целью жизни каждой личности, наполняя ее смыслом и постоянным поиском себя.

Сегодня мы живем в эпоху информационных технологий, без влияния которых на социум и личность человека сложно представить современную реальность. Самопрезентация себя и своей работы в информационном пространстве становится неотъемлемой частью процесса конструирования личностной идентичности человека XXI века. Благодаря технологическим особенностям виртуальной коммуникации, таким как анонимность, дистантность, ограниченность сенсорного опыта и отсутствие телесности, она дает пользователям максимальные возможности в непосредственном самоконструировании и самоопределении [2]. В итоге возможности личностного конструирования для современного человека значительно расширены, так как представлены новыми аспектами существования в виртуальном знаково-текстовом пространстве наряду с реальным внешним миром или же идеальным внутренним миром. Об этих возможностях виртуального мира говорится в исследованиях многих авторов [3–5]. Например, Е.П. Белинская и А.Е. Жичкина в своих работах описывают четкие отличия мира социального как максимально объективного и структурированного конкретными границами для личностной самокатегоризации от безграничного информационного мира, требующего постоянного поиска себя и ориентиров для самоидентификации [6].

Наиболее разработанный аспект данной проблемы связан с попытками анализа закономерностей построения пользователями своего виртуального образа в сетевом взаимодействии. В большинстве подобных исследований авторы склоняются к утверждению компенсаторного характера построения виртуальной идентичности, связывают аспекты ее трансформации с понятием «кризис идентичности» [7, 8].

Исследования в области возможной трансформации идентичности в основном касаются выделения таких форм этого процесса, которые связаны с формированием зависимого поведения (Н.В. Чудова, А.А. Долныкова, А.Е. Войскунский, О.В. Смылова, С.А. Шапкин): хакерство как чрезмерная увлеченность информационными технологиями с точки зрения их устройства, программирования, возможностей накопления знаний и пр.; «игровая наркомания» как чрезмерная увлеченность сетевыми играми с формированием игровой зависимости; интернет-аддикция как повышенная увлеченность сетевыми коммуникациями и пребыванием в сети Интернет [9].

В России изучением сетевой идентичности занимаются А.Е. Войскунский и коллеги А.С. Евдокименко, Н.Ю. Федунина [10], Ю.М. Кузнецова и Н.В. Чудова; Е.П. Белинская [11, 12] и мн. др. Вопросы сетевой идентичности в киберфизическом мире освещены в работах В.В. Чеклецова. В рамках подобных работ обычно изучаются отдельные аспекты сетевой идентичности, мотивация ее создания и место в самосознании личности [13, 14].

В современных исследованиях применительно к анализу сетевой идентичности активно разрабатывается психосемантический подход Е.А. Петровой, который нашел свое отражение в лингвистических исследованиях сетевой идентичности Н.Г. Асмус, М.С. Школовой, В.Х. Манерова и др. Так, М.С. Школовая отмечает, что карнавальнй характер общения как в чатах, так и в блогах позволяет репрезентировать различные стороны своего реального или желаемого «Я», создавать ложные идентичности через множество виртуальных персонажей [15]. Н.Г. Асмус вводит понятие «речевой маски», описывая тем самым новую форму языковой личности, которая формируется в текстовом виртуальном пространстве [16].

Дискуссионным остается вопрос о соотношении виртуальной и реальной идентичностей. Так, О.Н. Астафьева в своих работах отмечает, что сетевая идентичность — это не более чем один из аспектов реальной идентичности, и считает важным изучать именно процессы ее проекции в виртуальный мир [17]. Похожая идея отражена и в работах Н. Деринга, утверждающего, что новые формы идентичности конструируются на основе существующих, не заменяя, а дополняя их [18]. При этом в работах А.Е. Войскунского отмечается тот факт, что виртуальное пространство дает практически неограниченные возможности для экспериментирования с собственной идентичностью за счет того, что в нем реализуемы такие формы активности, аналогов которым в реальном мире просто не существует. В связи с этим он говорит о вероятном возникновении альтернативной идентичности в сетевом пространстве. Однако такое восприятие виртуальной идентичности было распространено лишь на начальном этапе исследований в рамках интересующей нас проблемы. В последние же годы акцентируется стремление личности к аутентичности и самоутверждению как в реальности, так и в сетевом пространстве.

Если на первом этапе изучения феномена виртуальной идентичности исследователи в основном говорили о ее множественности, размытости и нестабильности, то в последние годы в работах, изучающих виртуальное пространство, все чаще отмечают, что оно существенно расширяет возможности самопрезентации личности, способствуя становлению стабильной персональной идентичности [19, 20]. Так, и А.Г. и Г.А. Асмоловы отмечают, что для человека XXI века сетевое пространство в Интернет стало платформой, позволившей воссоздать стабильность идентичности в условиях ее кризиса [21]. Похожий аспект стабильности виртуальной идентичности описывает О.В. Славинская, описывая его через понятие многократно используемой, устойчивой и узнаваемой другими субъективно значимой самопрезентации личности в сети [22].

Многие современные исследования феноменологии проблемы соотношения персональной и сетевой идентичности все чаще сосредотачиваются вокруг попыток понять мотивацию создания множества идентичностей в виртуальном

пространстве. Здесь прежде всего говорится о том, что само по себе подобное конструирование сопряжено со стремлением убежать от себя, собственного тела и реальной жизни [23]. Мотивация «бегства» может быть связана с рядом аспектов: реализацией идеального Я; сублимацией осуждаемых в реальности форм поведения; стремлением взять под контроль деструктивные личностные порывы [24]; желанием произвести впечатление на окружающих; возможностью манипуляции и получения власти. Получается, что можно говорить о компенсаторном характере создания виртуальной личности [25]. Так, мотивы создания виртуальной личности хорошо обобщены в работах А.Е. Жичкиной и представлены двумя основными группами: 1) мотивационные (как компенсация реальных условий социализации) и «поисковые» (как расширение уже имеющегося опыта и реальных возможностей социализации).

Деформации идентичности в интернет-среде, с одной стороны, указывают на неудовлетворенность человека реальной идентичностью и являются следствием кризиса идентификации, при котором утрачивается целостность личности. Виртуальное пространство превращается в платформу для реализации тех качеств индивида, проигрывания тех ролей и переживания тех эмоций, которые оказываются фрустрированными в реальной жизни. С другой стороны, интернет-пространство предоставляет личности широкие возможности для самовыражения, а виртуальная идентичность позволяет максимально раскрыть личностный потенциал. Однако параллельно с упрощением и ускорением процесса личностного конструирования в виртуальном мире у современной молодежи все чаще наблюдается уменьшение интереса к совершенствованию реальной идентичности, развитию навыков непосредственного взаимодействия и коммуникативной компетентности.

Мы можем предполагать, что процесс идентификации личности в виртуальном пространстве происходит параллельно с реальной идентификацией в зависимости от того, каким образом личность пользуется возможностями для идентификации в социальной сети. В социальных сетях человек может без особого труда создать идеальный образ себя, который в сравнении с реальным менее аутентичен, потому что отражает представления личности о воображаемом, идеальном наборе собственных качеств, комплекующихся при помощи готовых визуальных, текстовых и аудиальных сетевых инструментов.

Американский психолог Ш. Теркл говорит об опасности «размывания» идентичности, когда Я-виртуальное становится либо полной противоположностью Я-реального за счет искажения собственного Я и полного отделения от него, либо сливается с Я-реальным, приводя к неразличению в сознании двух миров [26]. Поэтому одной из ведущих особенностей личностной идентичности активных интернет-пользователей можно считать, на наш взгляд, степень дифференцированности образов реальной, виртуальной и идеальной идентичности. Мы считаем, что чем большее количество времени человек проводит в интернет-сети, тем менее дифференцированными могут быть эти образы идентичности.

При этом дифференцированность образов в рамках нашей работы имеет несколько степеней:

- устойчивая дифференциация — образы четко дифференцированы, то есть у пользователя в описании личностных характеристик имеются ста-

тистически значимые различия в содержании образов «Я-виртуальное», «Я-идеальное» и «Я-реальное»;

- диффузная дифференциация — образы частично дифференцированы, то есть содержание образа «Я-виртуальное» сливается либо с образом «Я-идеальное», либо с образом «Я-реальное»;
- аморфная дифференциация — образы слиты по всем модальностям.

Также важным параметром идентичности личности мы считаем множественность Я-образов, предполагая, что данный параметр будет в большей степени отражен именно у активных интернет-пользователей, которые будут иметь несколько вариантов Я-образов в виртуальном пространстве пропорционально их активности в различных масс-медиа. Выраженность разных аспектов идентичности и особенности их конструирования в сетевом пространстве, конечно, предопределены возможностями используемого сетевого интерфейса, который может отличаться не только применяемыми информационными и коммуникационными технологиями, но и перечнем той обязательной информации о себе, которую необходимо разместить в нем при регистрации. Получаемый в итоге сетевой контент может актуализировать совершенно разные аспекты личностной идентичности.

В этой множественности реализуется возможность игры с ролями, когда человек может расширить отдельные аспекты своей реальной Я-концепции через постоянное переключение между ними в зависимости от социальной ситуации взаимодействия. В итоге в структуре самосознания активных пользователей Интернет, вероятнее всего, все более наполненными становятся те аспекты Я, которые в реальной жизни могут быть практически не выражены. Это позволяет говорить о том, что процесс идентификации личности в виртуальном пространстве отличается большей изменчивостью и динамичностью, приводя к отклонениям реальных личностных характеристик в сторону социальной желательности и/или аггравации имеющихся.

Эти три ведущие идеи, связанные с исследованием таких аспектов идентичности, как 1) степень дифференцированности образов «Я-виртуальное», «Я-идеальное» и «Я-реальное»; 2) множественность создаваемых Я-образов; 3) степень наполненности и развитости конкретных сторон идентичности, были положены в основу нашего исследования. Целью исследования стало выявление и описание особенностей идентичности личности активных интернет-пользователей юношеского и молодого возраста. Мы предположили, что идентичность личности активных интернет-пользователей отличается большей множественностью Я-образов, меньшей дифференцированностью Я-концепции, а также выраженной тенденцией к изменчивости личностных характеристик.

## 2. Материалы и методы

В рамках изучения ведущих особенностей личности активных интернет-пользователей нами была сформирована выборка из 60 испытуемых в возрасте от 16 до 22 лет. Респонденты были разделены на две группы по степени активности пользования интернет-ресурсами, а именно 30 активных интернет-пользователей и 30 обычных интернет-пользователей с равной представленностью в них юношей и девушек. Данное деление осуществлялось с помощью определения степени интернет-активности пользователей на основе

пилотажного исследования на большей по объему выборке с помощью теста Кимберли Янг «Интернет-зависимость» с модификацией «Интернет-активность».

Для исследования степени дифференциация типов идентичности – реальной и виртуальной — был использован семантический дифференциал Ч. Осгуда. Данная методика позволила выявить особенности самооценивания испытуемыми образов реальной и виртуальной идентичности по трем классическим для данного типа методик факторам — оценка, сила и активность — а также степень близости/дифференциации образов «Виртуальный Я» и «Реальный Я» на основе анализа показателя корреляции между ними.

Показатель множественности Я-образов, презентуемых в реальности, а также виртуальном пространстве, измерялся с помощью теста Куна – Макпартленда «Кто Я?» и его модификации «Кто Я онлайн?». Модификация стала возможной за счет использования двух инструкций для испытуемых, когда помимо ответа на стандартный вопрос «Кто Я?» далее предлагалось описать «Кто Я онлайн?». На основе контент-анализа полученных ответов выявлялась степень наполненности разных Я-образов, сгруппированных по таким жизненным сферам, как идентификация пола, семейная, профессиональная, учебная и творческая сфера, личная жизнь, отдых/здоровье.

Изменчивость черт реальной личности в аспекте виртуальной самопрезентации диагностировалась нами с помощью сопоставления между собой результатов таких методик, как индивидуально-типологический опросник (ИТО) и метод диагностики межличностных отношений (ДМО) Л.Н. Собчик. Первая из использованных в этой паре методик позволила нам оценить выраженность разных сторон реальной идентичности по десяти факторным шкалам: 1. Ложь; 2. Агравация; 3. Экстраверсия; 4. Спонтанность; 5. Агрессивность; 6. Ригидность; 7. Интроверсия; 8. Сензитивность; 9. Тревожность; 10. Лабильность. Диагностика межличностных отношений с помощью теста ДМО Л.Н. Собчик была проведена нами в двух вариациях. Первый вариант соответствует выявлению характеристик виртуального образа Я (Вариант А), второй вариант – идеального образа Я (Вариант Б). При изучении личностных свойств большой интерес представляет разница между показателями реального, виртуального и идеального образа Я конкретного человека. Описание этих количественных различий позволило нам судить о том, какие особенности своего стиля межличностного поведения и личностные особенности проецируются индивидом в виртуальную реальность, какие из этих характеристик трансформируются по сравнению с реальным поведением и в каком направлении происходит эта трансформация с точки зрения соотношения с желаемыми, идеальными чертами личности и поведения.

### 3. Результаты исследования

В соответствии с целью нашего исследования анализ результатов по всем использованным методикам осуществлялся в рамках сопоставления двух групп испытуемых — активные пользователи Интернет и обычные пользователи. Выделение данных выборок производилось, как уже отмечалось выше, с помощью теста Кимберли Янг «Интернет-зависимость» с модификацией «Интернет-активность». Интерпретация баллов по данному тесту: от 0 до



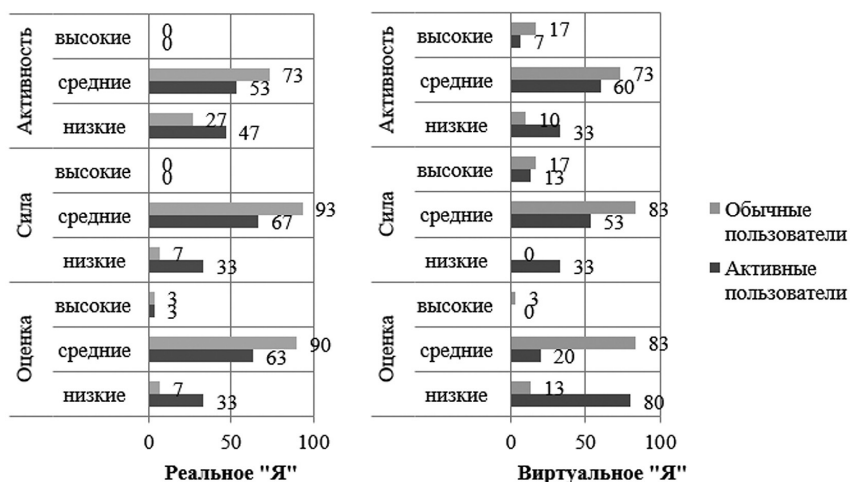


Рис. 1. Процентное соотношение результатов методики семантического дифференциала Ч. Осгуда между образами

45 баллов — пассивные интернет-пользователи; от 46 до 79 баллов — обычные интернет-пользователи; от 65 баллов и выше — активные интернет-пользователи.

Результаты первичной обработки данных и описательного анализа семантического дифференциала Ч. Осгуда отражены в табл. 1 и на рис. 1.

Таблица 1

Средние значения по факторам семантического дифференциала

Шкалы	Реальное «Я»		Виртуальное «Я»	
	Обычные пользователи	Активные пользователи	Обычные пользователи	Активные пользователи
Оценка	11,47	9,83	11,57	4,1
Сила	11,57	9,33	13,57	9,7
Активность	9,77	8,23	11,43	9,33

На основе описательного анализа результатов семантического дифференциала Ч. Осгуда можно сказать, что обычные пользователи в целом склонны оценивать свое виртуальное Я выше реального с точки зрения личного отношения к данному аспекту своей идентичности, оценки силы и активности этой части личности. Различия же в реальном и виртуальном образах у активных пользователей незначительны по факторам силы и активности, однако отношение к своему виртуальному Я связано с преобладанием низких оценок. Данная тенденция может быть связана с вероятной аггравацией своих отрицательных сторон идентичности в виртуале.

Описанные выше тенденции были проверены нами с точки зрения статистической значимости обнаруженных различий. Сравнение происходило в двух направлениях:

1. С помощью критерия знаковых рангов Уилкоксона сопоставлялись полученные образы реального Я и виртуального Я по факторам оценки, силы и активности внутри каждой из выделенных групп пользователей. Этот анализ

позволил нам понять, до какой степени выделенные образы реального и виртуального Я различаются в сознании наших испытуемых. В частности, мы обнаружили, что *степень дифференцированности образов у активных пользователей ниже, чем у обычных*, так как по факторам силы и активности различий между сравниваемыми образами не выявлено. В то же время *в сознании обычных пользователей эти образы различаются в большей степени*. При этом обычные пользователи статистически значимо оценивают силу ( $w = -2,732$ ,  $p \leq 0,01$ ) и активность ( $w = -1,815$ ,  $p \leq 0,05$ ) своего виртуального Я ниже, чем реального Я; активные пользователи дают более низкую оценку сторонам своего виртуального Я по сравнению с реальным ( $w = -3,956$ ,  $p \leq 0,01$ ).

2. С помощью критерия Манна — Уитни были получены статистически значимые различия в выраженности оценки, силы и активности реального и виртуального Я между группами активных и обычных пользователей. Различия наблюдаются по всем факторам семантического дифференциала. В частности, активные пользователи в отличие от обычных оценивают стороны своего виртуального Я ниже ( $U = 105$ ,  $p \leq 0,01$ ), считают этот аспект своей идентичности более сильным ( $U = 212$ ,  $p \leq 0,01$ ) и активным ( $U = 335,5$ ,  $p \leq 0,05$ ).

Исходя из полученных результатов можно сделать вывод о том, что у группы активных интернет-пользователей преобладает диффузная дифференцированность образов идентичности: образы частично дифференцированы, содержание образа виртуального Я сливается с образом реального Я (по факторам силы и активности). У группы обычных интернет-пользователей более выражена устойчивая дифференцированность образов Я.

В методике Куна — Макпартленда вопрос «Кто Я?» напрямую связан с характеристиками собственного восприятия человеком самого себя, то есть с его образом «Я». Отвечая на вопрос «Кто Я?», а также «Кто Я онлайн?», человек

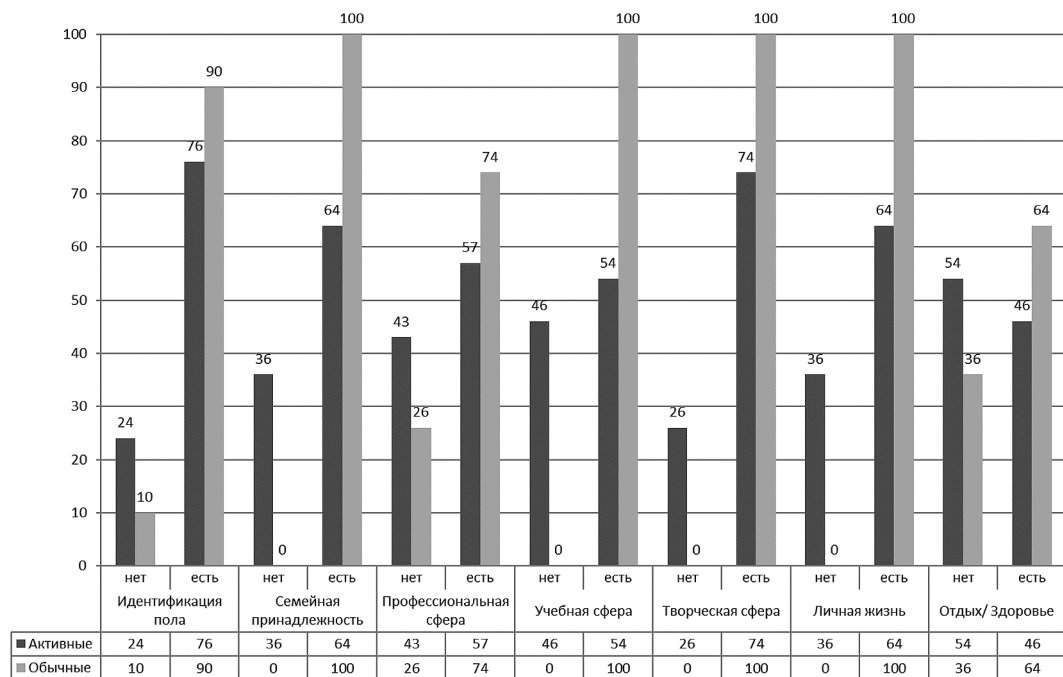
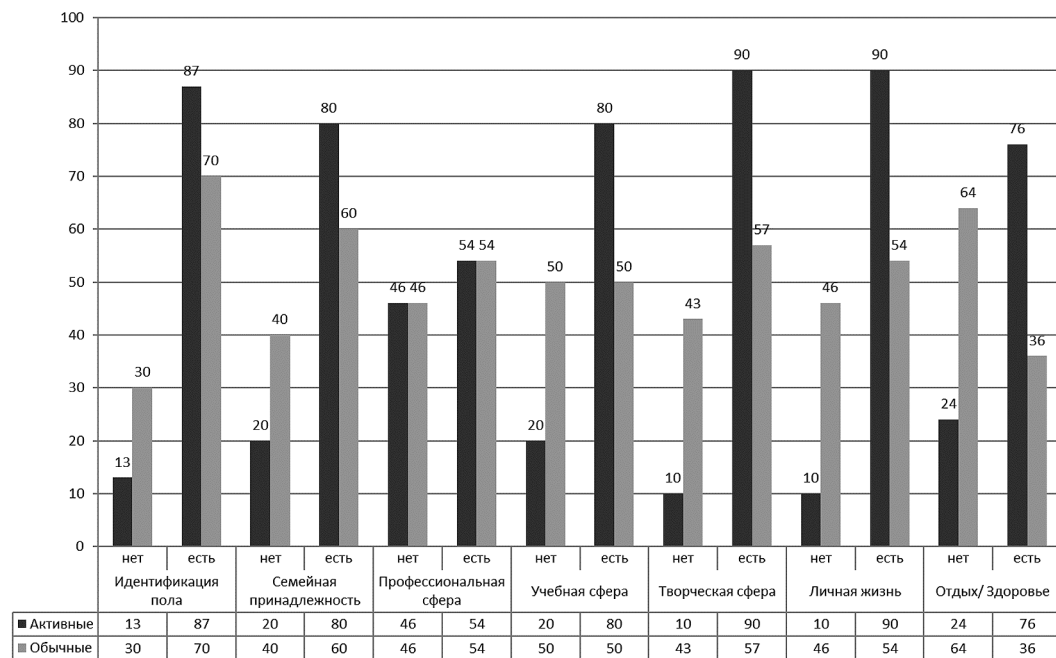


Рис. 2. Процентная выраженность множественности Я-образов в реальности (по результатам методики Куна — Макпартленда)

указывает социальные роли и характеристики-определения, с которыми он себя соотносит, идентифицирует, то есть он описывает значимые для него социальные статусы и те черты, которые, по его мнению, связываются с ним. С помощью метода контент-анализа для упорядочения представленных статусов и описания их множественности мы произвели расчет частоты встречаемости Я-образов в рамках основных сфер жизни испытуемых (рис. 2, 3).

При сопоставлении данных, отраженных на рис. 2 и 3, видно, что картины выраженности и наполненности Я-образов в реале и онлайн в двух сравниваемых нами группах различны: у активных пользователей более наполненными и разнообразными оказываются характеристики сетевой идентичности, в то время как у обычных пользователей — реальной идентичности. Обнаруженные тенденции были проверены нами на значимость различий с помощью критерия углового преобразования Фишера. Значимые различия в показателях наполненности (множественности) Я-образов в реале между сравниваемыми группами обнаружены по следующим сферам: идентификация пола ( $p \leq 0,05$ ), семейная, учебная и творческая сфера, личная жизнь, отдых/здоровье ( $p \leq 0,01$ ). То есть по всем сферам реальной жизни, кроме профессиональной, в группе обычных пользователей представлено больше образов Я. Сопоставление этого же показателя для образов, представленных онлайн, дало противоположную картину различий с теми же самыми уровнями значимости: *по всем сферам виртуальной жизни, кроме профессиональной, в группе активных пользователей представлено больше образов Я*. Проведенный анализ доказывает наше предположение о том, активные пользователи социальных интернет-сетей имеют больше вариантов Я-образов в виртуальном пространстве.

Результаты, полученные с помощью методик ИТО и ДМО Л.Н. Собчик, позволяют сопоставить восемь «октантов» метода диагностики межличностных



**Рис. 3.** Процентная выраженность множественности Я-образов в виртуальном мире (по результатам методики Куна — Макпартленда)

отношений, отражающих конкретный стиль межличностного взаимодействия индивида со средой, с системой координат, описывающей структуру индивидуально-личностной типологии. Это позволило нам соотнести друг с другом три образа идентичности личности: реальный (на основе результатов ИТО), виртуальный и идеальный (ДМО) (табл. 2).

Таблица 2

Средние значения в группах по шкалам ИТО и ДМО

«Я»	Группы	Агравация	Властно-лидирующий (экстраверсия)	Независимо-доминирующий (спонтанность)	Прямолинейно-агрессивный (агрессивность)	Недоверчиво-скептический (ригидность)	Покорно-застенчивый (интроверсия)	Зависимо-послушный (сензитивность)	Сотрудничающе-конвенциональный (тревожность)	Ответственно-великодушный (лабильность)
Реальное	Активные	3,2	5,5	5,9	6,3	4,2	3,7	5,3	5,8	4,2
	Обычные	1,1	3,9	4,4	4,9	5,5	5,4	3,9	3,4	5,5
Виртуальное	Активные	–	9,8	9,5	10	5,8	6	9,6	10,1	10,1
	Обычные	–	7,1	7,9	7,8	7,9	8	6,2	6,4	6,5
Идеальное	Активные	–	7,3	7,4	7,8	4,8	4,6	6,9	7,1	7,6
	Обычные	–	5,7	6,2	6,1	6,2	6,4	4,4	4,8	4,8

\*Примечание: в скобках указаны шкалы ИТО, коррелирующие с соответствующими октантами ДМО.

Данные описательного анализа, отраженные в табл. 2 и на рис. 4, показали, что формирование виртуального Я пользователя происходит за счет усиления выраженности властно-лидирующего, независимо-доминантного и прямолинейно-агрессивного стиля межличностного взаимодействия в сети, сопряженного с большей выраженностью по сравнению с реальным поведением таких

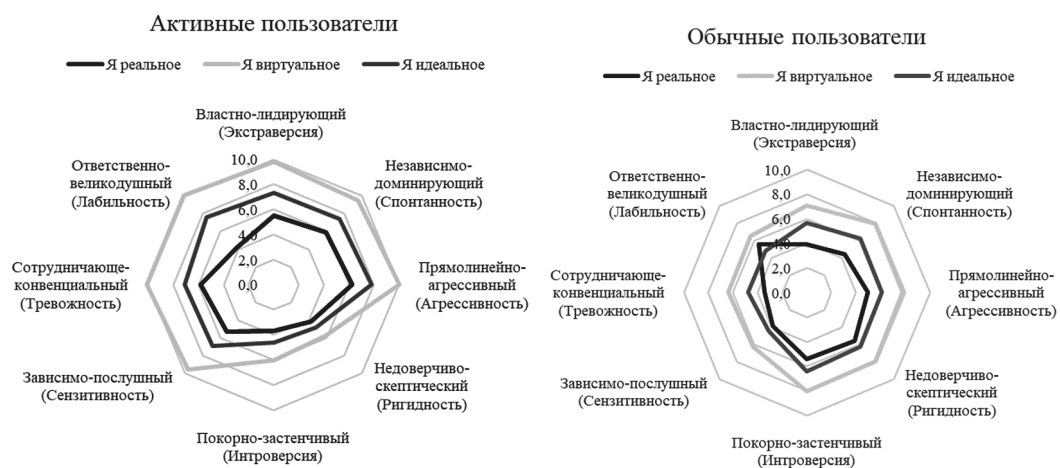


Рис. 4. Соотнесение сторон Я-образов в двух группах пользователей (средние значения по шкалам методик ИТО и ДМО)

личностных черт, как экстраверсия, спонтанность и агрессивность. Параллельно с этим процессом происходит рост проявления зависимо-послушного, сотрудничающе-конвенционального и ответственно-великодушного типа взаимоотношений на фоне большей демонстрации таких личностных черт, как тревожность, сензитивность и лабильность. То есть можно говорить о наличии двух амбивалентных тенденций — с одной стороны, *виртуальная идентичность становится более доминантно-агрессивной и раскрепощенной по сравнению с реальной личностью. А с другой стороны, возрастает чувствительность по отношению к критике в свой адрес, оценке со стороны, стремление подстраиваться под изменения, происходящие в сетевом мире, альтруизм.*

Сравнение образов Я-концепции в группах активных и обычных интернет-пользователей с помощью U-критерия Манна — Уитни (табл. 3) позволило нам говорить о том, что самооценка данных образов в сознании испытуемых существенно отличается. Структура индивидуально-личностной типологии активных пользователей в целом отличается более высокими баллами по всем личностным шкалам трех образов Я-концепции, за исключением лабильности в реальном Я. Мы считаем, что это можно считать показателем личностной трансформации идентичности на всех уровнях Я-концепции *за счет формирования более развитой, разносторонней сетевой идентичности и выраженной идеализации и/или аггравации имеющихся черт.*

Таблица 3

Различия между группами по критерию Манна — Уитни

«Я»	Аггравация	Властно-лидирующий (экстраверсия)	Независимо-доминирующий (спонтанность)	Прямолинейно-агрессивный (агрессивность)	Недоверчиво-скептический (ригидность)	Покорно-застенчивый (интроверсия)	Зависимо-послушный (сензитивность)	Сотрудничающе-конвенциональный (тревожность)	Ответственно-великодушный (лабильность)
Реальное	65	242	196,5	203	195,5	229	214	84	–
Виртуальное	–	117,5	279,5	206,5	105	264,5	12,5	99	92
Идеальное	–	–	291	337	134,5	258,5	97	216,5	145,5

\*Примечание: приведены эмпирические значения критерия для значимых различий.

Расчет критериев корреляции между образами в группах активных и обычных пользователей в очередной раз подтвердил наше предположение о том, что идентичность первых менее дифференцирована (каждая из сторон идентичности сильно связана с каждой из других) (табл. 4). Кроме того, наблюдается выраженная идеализация виртуальной идентичности.

Таблица 4

Уровни корреляции в группах между Я-образами

Группы	Образы «Я» для корреляции		
	Реальное – виртуальное	Виртуальное – идеальное	Реальное – идеальное
Активные	0,72	0,98	0,75
Обычные	0,54	0,99	0,49

## Обсуждение и заключение

Проведенный анализ данных, полученных в результате исследования особенностей идентичности личности активных интернет-пользователей юношеского и молодого возраста, позволил нам выявить основные направления личностной трансформации, происходящей под влиянием глубокого погружения в мир сетевых информационных технологий. В соответствии с логикой нашей рабочей концепции исследования в основу сопоставления сторон идентичности — Я реальное, Я виртуальное и Я идеальное — нами были положены три количественных показателя: 1) степень дифференцированности Я-образов; 2) степень множественности Я-образов; 3) степень наполненности и развитости конкретных сторон идентичности.

Результаты семантического дифференциала Ч. Осгуда, а также сопоставление структур индивидуально-личностной типологии на основе самооценок трех аспектов идентичности у активных и обычных пользователей Интернет показали, что *при погружении в сетевой мир наблюдается диффузная дифференциация образов Я-концепции с тенденцией к их полному слиянию* (аморфная дифференциация). При этом в семантическом пространстве сознания обычных пользователей виртуальное Я в большей степени сближается с идеальным, нежели с реальным. В целом ведущие, устойчивые аспекты реального Я переносятся в виртуальный мир, выглядя в нем более приближенными к желаемому Я, сформированными. На наш взгляд, формируемую таким образом сетевую идентичность нельзя назвать альтернативной, как определял ее А.Е. Войскунский. *Скорее это результат процесса проекции реального Я в виртуальный мир, благодаря возможностям которого происходит становление более стабильной и развитой формы персональной идентичности.* Данный вывод отражает современные научные тенденции в восприятии сетевой идентичности как устойчивой и узнаваемой другими самопрезентации личности в сети, дополняющей субъективно значимые стороны индивидуальной Я-концепции.

Возможность игры с ролями, экспериментирования с разными аспектами своей самопрезентации в сетевом пространстве была отражена нами в результатах анализа конструируемых Я-образов в реальной жизни и онлайн (методика Куна — Макпартленда, вопрос «Кто Я онлайн?»). Сопоставление двух миров по количеству этих образов позволило нам судить о степени множественности Я-образов. Результаты анализа показали, что по всем сферам виртуальной жизни, кроме профессиональной (данная сфера только начала актуализироваться в исследованных возрастах), в группе активных пользователей представлено больше образов Я. Таким образом, *активные интернет-пользователи имеют больше вариантов Я-образов в виртуальном пространстве.* Причем эти образы оказываются *более наполненными и продуманными*, чем у обычных пользователей. Используя один сетевой интерфейс, пользователь может сообщать о карьере, личной жизни, о творческой и иной деятельности.

Анализ же результатов сопоставления конкретных личностных структур, отражающих выраженность различных аспектов идентичности, а также типов межличностного взаимодействия и отношения, позволил выявить две ведущие тенденции личностной трансформации активных пользователей современных масс-медиа. С одной стороны, происходит идеализация проектируемых

в виртуальный мир сторон идентичности с усилением социально желательных (альтруизм, открытость, сензитивность, сотрудничающе-конвенциональный и ответственно-послушный стиль поведения) и субъективно значимых аспектов личности (лабильность, чувствительность к критике в свой адрес). А с другой, можно говорить об аггравации имеющихся доминантно-агрессивных тенденций, властно-лидирующего поведения, когда создаваемое пользователем личное онлайн-пространство становится территорией самовыражения самых разных поведенческих импульсов, зоной личного комфорта и местом приложения собственной власти. Ведь по большей части именно сам пользователь контролирует то, что происходит в его сетевом мире (на его странице или сетевом канале, внутри блога). Это способствует развитию за счет выстраивания и наполнения сетевого контента таких черт личности, которые формируют лидерские качества и уверенность в себе, а в крайнем варианте создают иллюзию вседозволенности.

Таким образом, можно говорить о том, что в личности активных интернет-пользователей составляющие реальной и сетевой идентичности значимо коррелируют друг с другом, поэтому нельзя говорить о том, что данный феномен — это нечто совершенно иное, нежели реальная личность. Более того, реальная личность, являясь основой для конструирования сетевой идентичности, сама испытывает на себе ее влияние — когда элементы виртуальных образов и Я-концепции начинают включаться в персональные аспекты самоидентификации, приводя к их расширению и трансформации. Так как это создает угрозу «размывания» идентичности и возможного развития интернет-аддикции, то важным для личности современного пользователя является сохранение аутентичности в сетевом пространстве. Этого можно достичь за счет переноса в виртуальный мир значимых маркеров своей социальной и персональной идентичности, а также формирования позиции активного субъекта сетевых отношений. Наш анализ показал, что именно эти тенденции, связанные с особым типом активности и трансформацией персональной идентичности, возникают в современном медиапространстве.

## СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. *Перегудина В.А.* Особенности возрастного становления гендерной идентичности // Известия Тульского государственного университета. Гуманитарные науки. – 2010. – № 2. – С. 305–310.
2. *Зудилина Н.В.* Мотивы использования анонимности в киберпространстве Интернета как фактор формирования идентичности человека // Известия ВолгГТУ. – 2013. – Т. 13. – № 9 (112). – С. 63–68.
3. *Лысак И.В., Косенчук Л.Ф.* Формирование персональной идентичности в условиях сетевой культуры. – М.: Спутник +, 2016. – 147 с.
4. *Омаров О.А., Омарова Н.О., Омарова П.Х.* Проблемы формирования идентичности личности в условиях сетевого общества // Успехи современной науки и образования. – 2018. – № 4. – С. 40–44.
5. *Пахтусова Н.А.* Проблема сетевой идентичности в современных исследованиях // Образовательное пространство в информационную эпоху – 2019: Сборник научных трудов. Материалы Международной научно-практической конференции, Москва, 04–06 июня 2019 года / Под ред. С.В. Ивановой. – М.: Институт стратегии развития образования Российской академии образования, 2019. – С. 304–316.

6. Выгонский С.И. Обратная сторона Интернета: психология работы с компьютером и сетью. – Ростов-н/Д: Феникс, 2010. – 316 с.
7. Фадеева Л.А. Сетевая идентичность // Политическая идентичность и политика идентичности: в 2 т. – М.: Российская Политическая Энциклопедия (РОССПЭН), 2012. – Т. 1. – С. 67–69.
8. Фролова И.В. Сетевая идентичность современного человека: философская рефлексия // Ценности и смыслы. – 2018. – № 2 [Электронный ресурс]. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/setevaya-identichnost-sovremennogo-cheloveka-filosofskaya-refleksiya> (дата обращения: 27.05.2021).
9. Войскунский А.Е. Психология и Интернет. – М.: Акрополь, 2010. – 439 с.
10. Войскунский А.Е., Евдокименко А.С., Федунина Н.Ю. Сетевая и реальная идентичность: сравнительное исследование // Психология. Журнал Высшей школы экономики. – 2013. – Т. 10. – № 2. – С. 98–121.
11. Белинская Е.П. Интернет и идентификационные структуры личности // Научная онлайн-библиотека «Порталус». 2001 [Электронный ресурс]. – URL: <https://cyberpsy.ru/articles/belinskaya-internet-i-identifikatsionnye-strukturnye-lichnosti/> (дата обращения 04.06.2021).
12. Жичкина А.Е., Белинская Е.П. Стратегии самопрезентации в Интернет и их связь с реальной идентичностью [Электронный ресурс]. – URL: [https://cyberpsy.ru/articles/self-presentation\\_identity/](https://cyberpsy.ru/articles/self-presentation_identity/) (дата обращения 04.06.2021).
13. Фленина Т.А. Сетевая идентичность в самосознании российской молодежи // Известия Российского государственного педагогического университета имени А.И. Герцена. – СПб., 2015. – № 178. – С. 76.
14. Фленина Т.А. Смысловая структура сетевой идентичности личности современной молодежи: дис. .... канд. психол. наук: 19.00.01: защищена 29.11.2016. – СПб., 2016. – 232 с.
15. Школовая М.С. Лингвистические и семиотические аспекты конструирования идентичности в электронной коммуникации: дис. ... канд. филол. наук: 10.02.19. – Тверь, 2005. – 174 с.
16. Асмус Н.Г. Лингвистические особенности виртуального коммуникативного пространства: автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.02.19. – Челябинск, 2005. – 23 с.
17. Астафьева О.Н. Виртуальные сообщества: «сетевая» идентичность и развитие личности в сетевых пространствах // Вісник Харківського національного університету: Теорія культури та філософія науки. – 2007. – № 776. – С. 120–133.
18. Döring N. Sozialpsychologie des Internet. Hogrefe, Verlag für Psychologie. 2003. 662 s.
19. Солдатова Е.Л., Погорелов Д.Н. Феномен виртуальной идентичности: современное состояние проблемы // Образование и наука. – 2018. – № 5 [Электронный ресурс]. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/fenomen-virtualnoy-identichnosti-sovremennoe-sostoyanie-problemy> (дата обращения: 27.05.2021).
20. Тихонов О.В. Трансформация феномена идентичности в пространстве сети Интернет: Автореф. дис. ... канд. филос. наук: 09.00.11. – Казань, 2013.
21. Асмолов А.Г., Асмолов Г.А. От Мы-медиа к Я-медиа: Трансформации идентичности в виртуальном мире // Вопросы психологии. – 2009. – № 3. – С. 3–15.
22. Славинская О.В. Феномен симулякризации в интернет-коммуникации // Психологический журнал. – 2012. – № 1–2. – С. 112.
23. Reid E., Deaux K. Relationship between social and personal identities: segregation or integration. *J. Of Personality and Social Psychology*. 1996. Vol. 71. Pp. 1084–1091.
24. Young K.S. Internet Addiction: the emergence of a new clinical disorder. *CyberPsychology & Behavior, JAN*. 1998. Vol. 1. No. 3. Pp. 237–244.
25. Богданова В.О., Александрова Л.Д. Игры с идентичностью в мире сетевых коммуникаций // Социум и власть. – 2019. – № 6 (80). – С. 39–45.
26. Turkle Sh. Parallel lives: working on identity in virtual space. *Constructing the self in a mediated world: inquiries in social construction*. N.Y., 1996. Pp. 156–175.



## REFERENCES

1. *Peregudina V.A.* Osobennosti vozniknoveniya i formirovaniya gendernoy identichnosti [Features of the age formation of gender identity]. *Izvestiya Tul'skogo gosudarstvennogo universiteta. Gumanitarnyye nauki.* – 2010. – No. 2. – Pp. 305–310.
2. *Zudilina N.V.* Motivy ispol'zovaniya anonimnosti v kiberpro-stranstve Interneta kak faktor formirovaniya identichnosti cheloveka [Motives for the use of anonymity in the cyberspace of the Internet as a factor in the formation of human identity]. *Izvestiya VolgGTU.* 2013. Vol. 13. No. 9 (112). Pp. 63–68.
3. *Lysak I.V., Kosenchuk L.F.* Formirovaniye personal'noy identichnosti v usloviyakh setevoy kul'tury [Formation of personal identity in the conditions of network culture]. Moscow: Sputnik + Publ., 2016. 147 p.
4. *Omarov O.A., Omarova N.O., Omarova P.H.* Problemy formirovaniya identichnosti lichnosti v usloviyakh setevogo obshchestva [Problems of personal identity formation in the conditions of a network society]. *Uspekhi sovremennoy nauki i obrazovaniya.* 2018. No. 4. Pp. 40–44.
5. *Pakhtusova N.A.* Problema setevoy identichnosti v sovremennykh issledovaniyakh [The problem of network identity in modern research]. *Obrazovatel'noye prostranstvo v informatsionnuyu epokhu – 2019: Sbornik nauchnykh trudov. Materialy Mezhdunarodnoy nauchno-prakticheskoy konferentsii, Moskva, 04–06 iyunya 2019 goda / Pod red. S.V. Ivanovoy.* Moscow: Institut strategii razvitiya obrazovaniya Rossiyskoy akademii obrazovaniya, 2019. Pp. 304–316.
6. *Vygonsky S.I.* Obratnaya storona Interneta: psikhologiya raboty s komp'yuterom i set'yu [The reverse side of the Internet: the psychology of working with a computer and a network]. Rostov-n/D: Feniks Publ., 2010. 316 p.
7. *Fadeeva L.A.* Setevaya identichnost' [Network identity]. *Politicheskaya identichnost' i politika identichnosti: v 2 t.* Moscow: Rossiyskaya Politicheskaya Entsiklopediya (ROSSPEN) Publ., 2012. Vol. 1. Pp. 67–69.
8. *Frolova I.V.* Setevaya identichnost' sovremennogo cheloveka: filosofskaya refleksiya [Network identity of a modern person: philosophical reflection]. *Tsennosti i smysly.* 2018. No. 2. <https://cyberleninka.ru/article/n/setevaya-identichnost-sovremennogo-cheloveka-filosofskaya-refleksiya> (accessed May 27, 2021).
9. *Voyskunskiy A.E.* Psikhologiya i Internet [Psychology and the Internet]. Moscow: Akropol' Publ., 2010. 439 p.
10. *Voyskunskiy A.E., Evdokimenko A.S., Fedunina N.Yu.* Setevaya i real'naya identichnost': sravnitel'noye issledovaniye [Network and real identity: a comparative study]. *Psikhologiya. Zhurnal Vysshey shkoly ekonomiki.* 2013. Vol. 10. No. 2. Pp. 98–121.
11. *Belinskaya E.P.* Internet i identifikatsionnyye struktury lichnosti [Internet and identity structures of personality]. *Nauchnaya onlayn-biblioteka «Portalus».* 2001. <https://cyberpsy.ru/articles/belinskaya-internet-i-identifikatsionnyye-struktury-lichnosti/> (accessed June 04, 2021).
12. *Zhichkina A.E., Belinskaya E.P.* Strategii samoprezentatsii v Internet i ikh svyaz' s real'noy identichnost'yu [Strategies of self-presentation on the Internet and their connection with real identity]. [https://cyberpsy.ru/articles/self-presentation\\_identity/](https://cyberpsy.ru/articles/self-presentation_identity/) (accessed June 04, 2021).
13. *Flenina T.A.* Setevaya identichnost' v samosoznanii rossiyskoy molodezhi [Network identity in the self-consciousness of Russian youth]. *Izvestiya Rossiyskogo gosudarstvennogo pedagogicheskogo universiteta imeni A.I. Gertsena.* St. Petersburg, 2015. No. 178. P. 76.
14. *Flenina T.A.* Smyslovaya struktura setevoy identichnosti lichnosti sovremennoy molodezhi: dis. .... kand. psikhol. nauk [The semantic structure of the network identity of the personality of modern youth: thesis cand. of ps. sci.]. St. Petersburg, 2016. 232 p.
15. *Shkolovaya M.S.* Lingvisticheskiye i semioticheskiye aspekty konstruirovaniya identichnosti v elektronnoy kommunikatsii: dis. ... kand. filol. nauk [Linguistic and semiotic aspects of identity construction in electronic communication: thesis cand. of philol. sci.]. Tver, 2005. 174 p.

16. *Asmus N.G.* Lingvisticheskiye osobennosti virtual'nogo kommunikativnogo prostranstva: avtoref. dis. ... kand. filol. nauk [Linguistic features of the virtual communicative space: abstract of thesis cand. of filol. sci]. Chelyabinsk, 2005. 23 p.
17. *Astafyeva O.N.* Virtual'nyye soobshchestva: «setevaya» identichnost' i razvitiye lichnosti v setevykh prostranstvakh [Virtual communities: «network» identity and personal development in network spaces]. *Vestnik Khar'kovskogo natsional'nogo universiteta*. 2007. No. 776. Pp. 120–133.
18. *Döring N.* Sozialpsychologie des Internet. Hogrefe, Verlag für Psychologie. 2003. 662 s.
19. *Soldatova E.L., Pogorelov D.N.* Fenomen virtual'noy identichnosti: sovremennoye sostoyaniye problemy [The phenomenon of virtual identity: the current state of the problem]. *Obrazovaniye i nauka*. 2018. No. 5. <https://cyberleninka.ru/article/n/fenomen-virtualnoy-identichnosti-sovremennoe-sostoyanie-problemy> (accessed May 27, 2021).
20. *Tikhonov O.V.* Transformatsiya fenomena identichnosti v prostranstve seti Internet: Avtoref. dis. ... kand. filos. nauk [Transformation of the phenomenon of identity in the space of the Internet: Abstract of thesis cand. of philos. sci.]. Kazan, 2013.
21. *Asmolov A.G., Asmolov G.A.* Ot My-media k Ya-media: Transformatsii identichnosti v virtual'nom mire [From We-media to I-media: Transformations of identity in the virtual world]. *Voprosy psikhologii*. 2009. No. 3. Pp. 3–15.
22. *Slavinskaya O.V.* Fenomen simulyakrizatsii v internet-kommunikatsii [The phenomenon of simulacration in Internet communication]. *Psikhologicheskii zhurnal*. 2012. No. 1–2. P. 112.
23. *Reid E., Deaux K.* Relationship between social and personal identities: segregation or integration. *J. Of Personality and Social Psychology*. 1996. Vol. 71. Pp. 1084–1091.
24. *Young K.S.* Internet Addiction: the emergence of a new clinical disorder. *CyberPsychology & Behavior, JAN*. 1998. Vol. 1. No. 3. Pp. 237–244.
25. *Bogdanova V.O., Alexandrova L.D.* Iгры s identichnost'yu v mire setevykh kommunikatsiy [Games with identity in the world of network communications]. *Sotsium i vlast'*. 2019. No. 6 (80). Pp. 39–45.
26. *Turkle Sh.* Parallel lives: working on identity in virtual space. *Constructing the self in a mediated world: inquiries in social construction*. N.Y., 1996. Pp. 156–175.

---

*Информация об авторе*

**Виктория Альбертовна Перегудина**, кандидат психологических наук, доцент кафедры «Психология». Тульский государственный университет, Тула, Российская Федерация.

**E-mail:** PeregudinaVA@mail.ru

---

*Information about the author*

**Viktoriya A. Peregudina**, Cand. Psych. Sci., Associate Professor of Psychology Department. Tula State University, Tula, Russian Federation. **E-mail:** PeregudinaVA@mail.ru