

ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ КРЫМ
«КРЫМСКИЙ ИНЖЕНЕРНО-ПЕДАГОГИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ
ФЕВЗИ ЯКУБОВА»

На правах рукописи

Расина Эвелина Османовна

**Психологические особенности виртуальной личности
интернет-пользователя**

Специальность: 5.3.1. Общая психология, психология личности, история
психологии (психологические науки)

ДИССЕРТАЦИЯ
на соискание ученой степени
кандидата психологических наук

Научный руководитель
доктор психологических наук, профессор
А. И. Лучинкина

Симферополь, 2025

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	4
ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ НАУЧНЫХ ПОДХОДОВ К ИЗУЧЕНИЮ ВИРТУАЛЬНОЙ ЛИЧНОСТИ ИНТЕРНЕТ-ПОЛЬЗОВАТЕЛЯ	15
1.1. Проблематика установления теоретических и методологических границ концепта «виртуальная личность» в контексте отечественной и зарубежной науки.....	15
1.2. Психологические особенности виртуальной личности, определяющие выделение отдельных ее уровней в контексте взаимодействия личности с виртуальным пространством	34
1.3. Теоретический анализ основных характеристик виртуального пространства и уникальных условий, оказывающих влияние на виртуальную личность интернет-пользователя	53
ВЫВОДЫ К ГЛАВЕ 1.	72
ГЛАВА 2. МЕТОДОЛОГИЯ И МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ ПОСТРОЕНИЯ ЭМПИРИЧЕСКОГО ИССЛЕДОВАНИЯ ПСИХОЛОГИЧЕСКИХ ОСОБЕННОСТЕЙ ВИРТУАЛЬНОЙ ЛИЧНОСТИ ИНТЕРНЕТ-ПОЛЬЗОВАТЕЛЯ	74
2.1. Методологические основы построения эмпирического исследования психологических особенностей виртуальной личности	74
интернет-пользователя	74
2.2. Методические проблемы исследования психологических особенностей виртуальной личности интернет-пользователя	83
2.3. Эмпирические методы исследования психологических особенностей виртуальной личности интернет-пользователя	99
ВЫВОДЫ ПО ГЛАВЕ 2.	111
ГЛАВА 3. ЭМПИРИЧЕСКОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ ПСИХОЛОГИЧЕСКИХ ОСОБЕННОСТЕЙ ВИРТУАЛЬНОЙ ЛИЧНОСТИ ИНТЕРНЕТ-ПОЛЬЗОВАТЕЛЯ	113

3.1. Исследование конъюнктурных психологических особенностей виртуальной личности интернет-пользователя	113
3.2. Исследование индивидуальных психологических особенностей виртуальной личности интернет-пользователя в соответствии с уровнем ее интернет-активности.....	128
ВЫВОДЫ К ГЛАВЕ 3.	191
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	195
СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ.....	197

ВВЕДЕНИЕ

Актуальность проблемы исследования. В современном мире виртуальное пространство трансформируется из инструмента решения практических задач в новую реальность для существования, активности и развития, расширяется его значимость в социализации и самоактуализации личности. Виртуальное пространство не столько проникает во все сферы жизни и деятельности современного человека, сколько поглощает их и видоизменяет, представляя собой расширение возможностей человека, его границ познания объектного мира, расширение жизненного пространства. Вариативность и изменчивость виртуального пространства вызывают необходимость постоянной адаптации и гибкого анализа в интерпретации окружающей действительности и полученного в виртуальном пространстве опыта. Пользователь вынужден осваивать новое жизненное пространство, фиксировать в нем свое присутствие, находить в нем свое место. В связи с потребностью сохранения внутренней целостности личности как системы возникает необходимость в создании виртуальной личности, которая способствует переходу пользователя в виртуальное пространство, фиксации там ее присутствия и интерпретации нового виртуального опыта для последующего осуществления своевременной актуализации направлений активности пользователя для удовлетворения его потребностей и сохранения целостности. Виртуальная личность выступает в качестве необходимого элемента в организации присутствия пользователя в виртуальном мире и является результатом взаимодействия личности и виртуального пространства. При этом наблюдается значительное разнообразие виртуальных проявлений пользователя, отличающихся по объему выраженности, степени сопоставимости с реальным воплощением пользователя, стратегиям и моделям поведения, что позволяет заключить о наличии факторов, которые при общих исходных вызывают различия в виртуальных проявлениях. Общий уровень активности пользователя, количество аккаунтов и даже установление конкретных виртуальных площадок, в большей степени

предпочитаемых пользователям, не позволяют ответить на поставленный вопрос.

Становится очевидной необходимость в определении психологических особенностей виртуальной личности, а также в оценке степени, масштаба и глубины трансформаций реальной личности пользователя в контексте взаимодействия с виртуальным пространством. Опыт виртуальной личности воспринимается как действительный, проживаемый в реальности при помощи психических структур интернет-пользователя. Полученный индивидуальный опыт не отчуждаем пользователем, что обеспечивает итериоризирующую функцию виртуальной личности, способствующую его усвоению и влекущую дальнейшие трансформации и реальной личности пользователя, в том числе и деструктивные. В контексте современных исследований достаточно ясно определяется научная проблема определения и изучения виртуальной личности интернет-пользователя и ее психологических характеристик.

Степень научной разработанности проблемы исследования. Современная наука не обладает на данный момент четко определенным и терминологически оформленным концептом «виртуальная личность». Изучение виртуальной личности в отечественной и зарубежной научной литературе представлено несколькими подходами: философский подход рассматривает виртуальную личность через уточнение онтологического статуса интернет-пользователей и осмысление особенностей виртуального пространства как среды обитания (В.В. Афанасьева [2010], Д. Велла [2020], С. Гуалени [2020] и др.), социологический подход изучает ее с точки зрения принадлежности к социокультурному пространству и реализации социальной статусности (Н.Ю. Григорьев [2021], Н.А. Сенченко [2016], Б. Эггер [2004] и др.), лингвистический подход рассматривает виртуальную личность с точки зрения ее текстовой представленности (Е.Н. Галичкина [2021], Т.М. Гермашева [2020], О.В. Лутовинова [2015], И.Н. Пупышева [2012]), культурологический подход основывается на рассмотрении виртуальной личности как части культуры и

результата реализации творческого потенциала пользователя (В.Н. Бальтазаревич [2019], И.К. Баррия [2019], А.В. Большаков [2008], Е.М. Бурнаева [2012], М. ДвиМарианто [2019] и др.). Вместе с тем, затронутые представленными направлениями параметры виртуальной личности затрагивают внешние аспекты взаимодействия личности и виртуального пространства и не уделяют должного внимания индивидуально-психологическим особенностям личности пользователя, которые являются источником данных проявлений пользователя в виртуальном пространстве.

Для психологического подхода характерно рассмотрение отдельных параметров и проявлений процесса взаимодействия личности и пространства без четкого оформления их в концепцию «виртуальная личность». Среди основных психологических направлений можно выделить концепцию самопрезентации (М. Леонарди [2010], И.В. Шугайло [2012] и др.), идентификации (И.М. Богдановская [2015], Д.Н. Погорелов [2018], Е.Л. Солдатова [2018] и др.), самоизобретения и самосоздания в персонаже (Т.В. Говард [2010], М. Сейкер [2022], Дж. Фитц [2022] и др.), компенсации фрустрированных желаний (Ю.М. Кузнецова [2011], В.А. Солодовник [2011] и др.), модальности образа Я (В.И. Егорова [2012], Е.В. Куликова [2019] и др.). При этом представленные концепции позволяют установить связь между индивидуально-психологическими характеристиками личности пользователя лишь с отдельными ее проявлениями в виртуальности, опуская возможность объединить отдельные компоненты в единый феномен «виртуальная личность».

Концепция, объединившая отдельные проявления в общую теорию, была разработана А.И. Лучинкиной [2018] с целью изучения процессов социализации личности в виртуальном пространстве. Данная концепция отличается полнотой, четкостью изложения и обоснованностью теории, в рамках которой зафиксирована связь между мотивационной и смысловой составляющими с активностью пользователя. В рамках концепции также постулируется основная функциональность виртуальной личности – обеспечение связи с виртуальным

пространством с целью усвоения социального опыта. Подобный фундаментальный шаг в объединении всех проявлений пользователя в виртуальном пространстве в единый феномен «виртуальной личности» позволил сформировать целое научное направление. При этом А.И. Лучинкина [2018] подчеркивает синонимичность концептов виртуальная идентичность, виртуальный образ, виртуальная самопрезентация.

Значимый вклад в рассмотрении вопроса организации контакта личности и виртуального пространства внесла И.С. Лучинкина, которая в своих работах раскрыла механизмы цифрового поведения и уровни цифровой активности. При этом концепция цифровой среды охватывает значительный диапазон контакта личности с различными информационными потоками в рамках техногенного пространства [2018, 2024].

Таким образом, существующие концепции и теории оставляют ряд пробелов в рассмотрении виртуальной личности как психологического феномена и научного концепта, при этом задают траекторию для новых исследований. Значимый пробел в данном вопросе наметил проблематику выделения психологических особенностей виртуальной личности, создающих фундамент для данного психологического феномена. В пределы существующих исследований не включено изучение индивидуальных особенностей личности и уникальных характеристик виртуального пространства как взаимодействующих компонентов, а не разрозненных факторов. Наблюдается также недостаточность исследований, которые рассматривают психологические особенности, связанные с организацией и регулированием перехода личности из одного пространства в другое и сопровождающие процесс адаптации к совершенно новым уникальным условиям активности. Исходя из этого, ключевой проблемой исследования выступает выделение и описание психологических особенностей виртуальной личности интернет-пользователя, учитывающее всю совокупность их проявлений, что, в свою очередь, даст возможность сформулировать типологию виртуальной личности, а также выявить базовые характеристики

виртуальной личности, установить и закрепить терминологические границы данного концепта.

Цель исследования: выявить, изучить психологические особенности виртуальной личности интернет-пользователя.

Объект исследования: личность интернет-пользователя.

Предмет исследования: психологические особенности виртуальной личности интернет-пользователя.

Гипотезы исследования:

1. Виртуальная личность интернет-пользователя может быть описана как результат процесса взаимодействия личности и виртуального пространства, проекция и функциональное расширение пользователя, имеющая уровневую структуру.

2. Психологические особенности виртуальной личности интернет-пользователя могут быть представлены двумя группами, носящими внутренний и внешний характер существования и развертывания по отношению к реальной личности пользователя: индивидуальные и конъюнктурные.

3. В соответствии с выраженностью конкретных психологических особенностей, организующих и регулирующих каждый из уровней проецирования виртуальной личности, может быть разработана типология виртуальной личности интернет-пользователя.

Задачи исследования:

1. Выделить теоретические, методологические и эмпирические подходы, раскрывающие проблематику исследования.

2. Сформулировать концептуальную модель виртуальной личности интернет-пользователя и ее психологических особенностей.

3. Эмпирически выявить психологические особенности виртуальной личности интернет-пользователя.

4. Разработать типологию виртуальной личности в соответствии с выраженностью отдельных компонентов, обусловленных конкретными

психологическими особенностями.

Теоретико-методологическую основу исследования составляют положения деятельностного подхода (А.Н. Леонтьев), когнитивного подхода (Д. Брунер, Дж. Келли), теории взаимодействия и отражения (С.Н. Смирнов), теории уровневой структуры самоотношения (И.С. Кон, В.В. Столин), теории виртуальной психологии и виртуалистики (М. Кастельс, В.В. Касьянов, Н.А. Носов и др.), теории интернет-социализации (А.И. Лучинкина, В.А. Плешаков); теории о виртуальной личности и виртуальной идентичности (Е.П. Белинская, И.М. Богдановская, Е.И. Богомолова, А.Е. Войскунский, А.Е. Жичкина, Т.Д. Марцинковская, Е.Л. Солдатова, Д.Н. Погорелов и др.), теория об уровнях цифровой активности и цифровом поведении (И.С. Лучинкина), об уровнях погруженности и совладании в Интернет-среде (Л.А. Регуш, Е.В. Алексеева, О.Р. Веретина), а также идеи о: когнитивных искажениях и ошибках личности (А. Бек, Д. Бек, И.С. Лучинкина и др.); когнитивных стилях (Т.В. Корнилова, М.А. Холодная), виртуализации (Я. Габриэль, Ю.П. Зинченко, Д.В. Иванов, З.И. Рябикина). Методологической основой исследования являются принципы: единства сознания и деятельности (А.Н. Леонтьев и др.), системности (А.В. Карпов, Б.Ф. Ломов и др.), идей конструктивизма (Дж. Келли, Ж. Пиаже и др.) и структурно-функционального подхода (П.К. Анохин, Т. Парсонс и др.). Данное исследование реализуется в рамках деятельностной парадигмы и базируется на объединении деятельностного и когнитивного подходов в рассмотрении виртуальной личности.

Методы исследования: теоретический анализ исследований, эмпирический сбор данных и математическая обработка полученных результатов. В блок эмпирических методов включены анкетирование, полуструктурированное интервьюирование, психодиагностическое тестирование. В качестве группирующей переменной избран параметр активности пользователя, показатели которого определяются с помощью авторского опросника А.И. Лучинкиной. Для получения данных об

индивидуальных особенностях применялись: для анализа мотивационных – опросник «Личность в виртуальном пространстве» (А.И. Лучинкина), авторская анкета; для инструментальных – авторская анкета для оценки инструментальной компетентности пользователя, интервью; для идентификационных – тест «Кто Я?» (М. Кун и Т. Макпартланд), тест на самооценку личности (С.А. Будасси) (адаптированные версии); для когнитивных – опросник ТСОВ-4: полезависимость / полenezависимость (В.В. Селиванов, К.А. Осокина), методика «Когнитивные ошибки в ходе интернет-общения» (И.С. Лучинкина), тест на выявление личностных конструкторов (Дж. Келли) (адаптированная версия), новый опросник толерантности / интолерантности к неопределенности (Т.В. Корнилова). В качестве эмпирического инструмента для оценки конъюнктурных особенностей виртуальной личности использовался авторский исследовательский опросник «Индекс виртуализации личности пользователя социальных сервисов».

Экспериментальный объект исследования. В качестве респондентов в исследовании приняли участие студенты и сотрудники КИПУ имени Февзи Якубова, а также школьники Республики Крым ($n=227$). Возраст участников исследования составил диапазон от 15 до 33 лет, из них 141 женщина и 86 мужчин ($M=22,08$, $SD=3,4$).

Достоверность и обоснованность полученных результатов достигалась и была обеспечена детальным анализом теоретико-методологических подходов и сформированными на его основе методологическими авторскими позициями, интегративностью в выборе фундаментальных научных теорий и подходов, многообразием и разноплановостью методов, методик и технологий исследования, применением апробированных и стандартизированных психодиагностических инструментов, комбинированием количественного и качественного подходов при сборе и анализе результатов исследования, а также дальнейшей обработкой данных методами математической статистики.

Основные научные результаты, полученные лично автором, их

научная новизна. Зафиксированы теоретические границы научного концепта «виртуальная личность», в пределах понимания его как проекции реальной личности пользователя в виртуальное пространство, сформированную в процессах взаимодействия пользователя с виртуальным пространством, обладающую свойствами субъекта и включающую отдельные характеристики личности. Установлена уровневая структура виртуальной личности, функционального расширения пользователя, которое способствует освоению нового индивидуального (виртуального) опыта. Выделены основные психологические особенности, присущие каждому из уровней проецирования и обеспечивающие процессы каждого уровня, имеющие внутреннюю природу существования и базирующихся на личностных (индивидуально-психологических) параметрах пользователя – индивидуальные психологические особенности, и имеющие внешний характер существования, основанные на реализации воздействия специфических факторов виртуального пространства – конъюнктурные психологические особенности. Сформулирована концептуальная модель виртуальной личности, описывающая ее структуру, которая включает четыре уровня в соответствии с конкретными индивидуальными психологическими особенностями, обеспечивающими развертывание конкретных уровней виртуальной личности: мотивационный уровень, инструментальный уровень, идентификационный уровень и когнитивный уровень. Установлено, что конъюнктурные психологические особенности представлены виртуализацией, которая выступает в качестве осевой структуры для уровней виртуальной личности, и включает погруженность, включенность и вовлеченность. Разработана типология виртуальной личности в соответствии с выраженностью отдельных компонентов, обусловленных конкретными психологическими особенностями виртуальной личности.

Теоретическая значимость исследования состоит в том, что результаты, полученные в ходе логико-теоретического анализа, дали возможность

расширить представления о психологических характеристиках процесса перехода личности из пространства в пространство, взаимодействия с виртуальным пространством, позволили установить теоретические границы концепта «виртуальная личность», сформулировать ее многоуровневую концептуальную модель, которая открыла возможность определения основных психологических особенностей виртуальной личности интернет-пользователя.

Результаты, которые были получены в ходе эмпирического исследования, позволили выделить психологические особенности виртуальной личности, обозначить их роль и функциональное назначение в процессах организации и регуляции отдельных уровней виртуальной личности интернет-пользователя.

Практическая значимость проводимого исследования заключается в разработке и стандартизации методики для психодиагностического анализа процесса виртуализации, установления уровня виртуализации личности интернет-пользователя, степени погруженности, вовлеченности и включенности в процессы активного взаимодействия с виртуальным пространством.

Положения, выносимые на защиту:

1. Виртуальная личность интернет-пользователя является результатом процесса взаимодействия личности и виртуального пространства. Виртуальная личность представляет собой проекцию реальной личности пользователя, функциональное расширение интернет-пользователя в виртуальное пространство, которая имеет уровневую структуру.

2. Выделены основные психологические особенности, присущие каждому из уровней проецирования и обеспечивающие процессы каждого уровня виртуальной личности, которые представлены двумя группами особенностей, носящими внутренний и внешний характер существования и развертывания по отношению к реальной личности пользователя: индивидуальные и конъюнктурные. Индивидуальные представлены мотивационными, когнитивными, инструментальными, идентификационными психологическими особенностями; конъюнктурные включают процесс виртуализации:

погруженность, вовлеченность и включенность.

3. Типология виртуальной личности учитывает выраженность отдельных ее компонентов (уровней), обусловленных конкретными психологическими особенностями виртуальной личности. Каждая из групп психологических особенностей виртуальной личности организует и регулирует процессы конкретного уровня проецирования, что обуславливает широкое разнообразие и составляет основу типологии виртуальной личности.

Апробация и внедрение результатов исследования. Основные положения и результаты данного исследования выносились на обсуждение в рамках заседаний кафедры психологии факультета психологии и педагогического образования ГБОУВО РК КИПУ имени Февзи Якубова (Симферополь, 2021-24 гг.), были представлены в рамках XIV Международной научной конференции «ИНТЕРАГРОМАШ 2021» (XIV International Scientific Conference «INTERAGROMASH 2021», Ростов-на-Дону, 2021 г.), XXVIII Научно-практической конференции профессорско-преподавательского состава, аспирантов и студентов КИПУ имени Февзи Якубова (Симферополь, 2022 г.), I Международной конференции «Научные чтения памяти Февзи Якубова» (Симферополь, 2022 г.), II Всероссийской конференции с международным участием «Перспективы реализации новых психотерапевтических практик (Ростов-на-Дону, 2023 г.), XVI Научно-практической конференции с международным участием «Человек – природа – общество: теория и практика безопасности жизнедеятельности, экологии и валеологии» (Симферополь, 2023 г.), I Научно-практической конференции для студентов и молодых ученых «Молодая наука» (Симферополь, 2023), Научной конференции с международным участием «социопсихологические закономерности развития личности в условиях цифрового общества» (Симферополь, 2024), Международной научно-практической конференции «Личность и ее бытие в реалиях современности» (Краснодар, 2024), Всероссийской научно-практической конференции с международным участием студентов и молодых

учёных «молодая наука» (Симферополь, 2024).

Материалы диссертационного исследования используются в деятельности КИПУ имени Февзи Якубова (Симферополь), ФГБОУ ВО КГМУ Минздрава России (Курск), Таврической академии ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского» (Симферополь).

Публикации. По теме диссертационного исследования опубликовано 20 работ общим авторским объемом 21,5 п.л., в том числе 14 – в журналах, рекомендуемых ВАК РФ для публикации материалов кандидатских диссертаций, 1 – в изданиях, входящих в базы данных международных индексов научного цитирования, Scopus и Web of Science, 2 – публикации в изданиях, включенных в базу Российского индекса научного цитирования (РИНЦ), прочие – 1, 2 монографии.

Структура и объем диссертации. Диссертационное исследование включает введение, три главы, заключение, содержащее общие выводы, практические рекомендации и перспективы для дальнейшего изучения проблематики, список использованной литературы, включающий 246 источников, в том числе 58 на иностранном языке, приложения. Работа проиллюстрирована 31 таблицей, 22 рисунками. Основной объем работы составляет 228 страниц.

ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ НАУЧНЫХ ПОДХОДОВ К ИЗУЧЕНИЮ ВИРТУАЛЬНОЙ ЛИЧНОСТИ ИНТЕРНЕТ-ПОЛЬЗОВАТЕЛЯ

Первая глава исследования, посвящена анализу теоретико-методологических подходов в исследовании виртуальной личности интернет-пользователя, установлению психологического содержания концепта «виртуальная личность», определению терминологических границ концептов «виртуальная личность», «виртуальная реальность», «виртуальная среда» и «виртуальное пространство», выделению основных уникальных условий виртуального пространства, воздействующего на процесс взаимодействия с ним, выявлению и описанию психологических особенностей виртуальной личности пользователя.

1.1. Проблематика установления теоретических и методологических границ концепта «виртуальная личность» в контексте отечественной и зарубежной науки

В современных научных изысканиях виртуальная личность является концептом малоизученным и терминологически не до конца определенным. Всевозрастающий научный интерес к данному феномену связан с его неоднозначностью и сложностью присущих ему характеристик. Прежде чем приступить к анализу особенностей виртуальной личности, необходимо провести четкие границы данного понятия.

Изучение виртуальной личности в отечественной и зарубежной научной литературе реализуется по нескольким направлениям: философское (В.В. Афанасьева, Д. Велла, С. Гуалени, С.А. Решенин, Д. Челмерс и др.) [11, 12, 203, 204, 147, 194], социологическое (Н.Ю. Григорьев, Н.А. Сенченко, Б. Эггер и др.) [51, 157, 187], лингвистическое (Е.Н. Галичкина, Т.М. Гермашева,

О.В. Лутовинова, И.Н. Пупышева и др.) [45, 46, 47, 105, 138], культурологическое (В.Н. Бальтазаревич, А.В. Большаков, Е.М. Бурнаева, М.Р. Сусанто и др.) [189, 31, 35, 232], и психологическое (Е.П. Белинская, А.Е. Жичкина, А.И. Лучинкина, Д.Н. Погорелов, М. Сейкер, Е.Л. Солдатова, В.А. Солодовник, и др.) [18, 19, 20, 21, 106, 107, 108, 135, 161, 162, 164, 228].

Большим интересом виртуальная личность пользуется в экономических, политических и юридических науках, а также науках, связанных с изучением информационных технологий, что обусловлено утилитарной необходимостью (маркетинг, информационная безопасность) и не имеет оформления в научные концепции [90, 167, 176]. Ведомый подобными мотивами в 2016 году М. Косински создал компьютерную программу для анализа активности пользователей по цифровым следам, что позволило сформировать типологию личностей. Результаты предполагалось использовать в предвыборной кампании Дональда Трампа [215].

Инструменты сервиса Яндекс.Директ, в свою очередь, используют алгоритм для предложения пользователям рекламы, опираясь на созданные профили пользователей, которые базируются на поисковых запросах (поисковая реклама) и конкретном поведении в Интернете (тематическая реклама). Исходя из собранной информации, строится профиль пользователя и осуществляется предложение тех или иных товаров и услуг [146].

Для **философского направления** свойственно два пути исследования, сформированных в рамках платоновского и аристотелевского подходов. Кроме того, на развитие представлений о виртуальной личности повлияли теории, рожденные в рамках современной французской философии. В целом современная философия во многом сосредоточена на определении и осмыслении нового онтологического статуса, связанного с вхождением личности в виртуальное пространство (Таблица 1).

Таблица 1

Философские концепции виртуальной личности

Концептуальные представления о виртуальной личности	Преимущества	Недостатки
одно из измерений Я; три формы появления: копия, продолжение и подражание реальной личности, опирается на вполне конкретные характеристики, основное действующее лицо в виртуальном пространстве – актер (С.А. Решенин) [147] новый вид человека – Homo Virtualis; личность с чрезмерно виртуализированным сознанием; создатель, носитель и потребитель виртуальных продуктов; предпочтение виртуального существования реальному; онтологическая ущербность, переходность и способность к изменению реальности, в которой существует (В.В. Афанасьева) [11, 12] Е-Homo Sapiens как результат виртуализации повседневной жизни и среды обитания (И.Ю. Алексеева, Л.В. Баева) [14] бессмертное воплощение в игре, которое приобретает при создании, физические законы не ограничивают действия, результат реконструкции подлинного или вымышленного образа, онтологический статус которого задается реальной личностью, широкие потенциальные возможности (Д.С. Быльева, А.С. Замолев, Т.Д. Лопатинская, Т.А. Нам) [38, 103] расширение ойкумены, расширение разума, делегирование интеллектуальных функций; части сознания реальной личности, которые помещены на различные платформы (Д. Челмерс) [194] новая форма субъективности, необходимая для исследования ранее неизведанных форм существования и способов бытия (С. Гуалени, Д. Велла) [203, 204]	уточнение онтологического статуса интернет-пользователей и осмысление уникальных условий пространства, среды обитания; формулирование концепции о взаимосвязи реального и виртуального воплощений, оценка ее степени; установление и фиксация наличия новой формы существования личности; описание явления «виртуальный экзистенциализм» как стремление пролить свет на существующие экзистенциальные вопросы	упускается из виду совокупность преобразований, происходящих в личности пользователя в связи с новым статусом существования; не уделяется должное внимание созидательной функции пользователя

Таким образом, центральным вопросом в рассмотрении виртуальной личности в философском направлении является уточнение онтологического статуса интернет-пользователей и осмысление особенностей виртуального пространства как среды обитания. Виртуальное пространство в рамках данного

подхода выступает в качестве платформы для реализации потенциальных измерений Я, осуществления новых форм существования, бытия. При этом в философском подходе упускается из виду совокупность преобразований, происходящих в личности пользователя в связи с новым статусом существования, а также личностные особенности пользователя, которые задают траекторию его активности (бытия) в Интернете. Вместе с тем, философы, упоминая активную позицию индивида, не уделяют должное внимание созидательной функции пользователя, который является не только потребителем виртуальных продуктов, но и создателем, творцом виртуального пространства, что во многом влияет на личность и сознание пользователя.

В рамках **культурологического** направления изучение виртуальной личности строится на основе рассмотрения креативных возможностей пользователя в современных условиях. Рассматривая культуру, как продукт деятельности человечества, ученые выстраивают теоретическую основу виртуального через призму творчества и креативности (Таблица 2).

Таким образом, культурологический подход основывается на рассмотрении виртуальной личности как части культуры и результата реализации творческого потенциала пользователя. При этом учеными подчеркивается значимость виртуальной личности в создании и трансляции социальных ценностей и культурного наследия, а также формировании новой культурной самобытности. Учеными определен новый вид творчества – сетевое. Вместе с тем анализируя виртуальную личность, культурологи оставляют без внимания тот факт, что, выступая творцом виртуального мира и транслятором новых или видоизмененных культурных ценностей, он тем самым осуществляет преобразование и своих внутренних категориальных структур, которые составляют базу мировоззрения личности и принимают непосредственное участие в оформлении и актуализации идентичности пользователя. Отсюда следует актуальность рассмотрения идентификационных структур личности, связанных со стремлением личности обрести свое место в созданном мире.

Культурологические концепции виртуальной личности

Концептуальные представления о виртуальной личности	Преимущества	Недостатки
элемент киберкультуры (М.Р. Сусанто, Р. Ретнанингсих, И.К. Баррия, М. ДвиМарианто, Ш.В. Сетиавати, А. Судирман) [235]; носитель идентичности внутри сложной виртуальной культуры, транслятор идей и мыслей (С. Джонс) [209]; обретение и трансляция новых культурных ценностей и обретение новой культурной идентичности (Р Бальтазаревич, Б. Бальтазаревич, П. Квятек и В.Н. Бальтазаревич) [189]; проявление творческого потенциала, жанр творчества и произведение искусства; сотворенная пользователем личность производит семиотические артефакты, определяющие ее; комбинирует в себе два понятия – персонаж и псевдоним (Е.В. Горный) [50]; направление сетевого творчества, анонимного и требующего помимо творческих наличие технических умений; виртуальный творец, проекция реального пользователя, имеющая две формы существования – форму объекта и форму субъекта (А.В. Большаков) [31]; продукт и одновременно субъект виртуального культурного пространства, новый социокультурный феномен, Человек виртуальный - праздная сущность, играющего пользователя, Человек информационный - пользователь, который использует виртуальное пространство для работы и иной продуктивной деятельности; развитие происходит в среде активного формирования интернет-мифологии, в основе которой миф о свободе виртуального слова, миф о вседозволенности, о ненаказуемости и тотальном господстве власти (Е.М. Бурнаева) [35];	изучение креативных возможностей пользователя в современных условиях; выстраивание теоретической основы виртуального через призму творчества и креативности; рассмотрение феномена как части культуры и результата реализации творческого потенциала пользователя; определен новый вид творчества – сетевое; описание явления формирования интернет-мифологии	оставляют без внимания, что осуществляется преобразование и внутренних категориальных структур

Социологи рассматривают виртуальную личность в контексте социокультурного пространства, которое имеет искусственные границы, созданные самой личностью (Таблица 3).

Социологические концепции виртуальной личности

Концептуальные представления о виртуальной личности	Преимущества	Недостатки
сумма виртуальных идентичностей, конструирует свое собственное, особое социокультурное пространство, границами в котором служат пароли, блоки и множественные образы; зона комфорта определяется включенностью и возможностью к самовыражению, в отличие от реальной личности (Н.А. Сенченко) [156]; часть современной повседневности и структуры современного общества (Б. Эггер) [187]; средство построения коммуникации, возможность применения многообразия социальных ролей и реализации их в процессе общения (Н.Ю. Григорьев, В.А. Чвякин) [51]; новый тип личности, обладающий сетевым мышлением и новыми ценностями, а также полифоничностью в качестве новой характеристики сознания (В.И. Курбатов, О.В. Курбатова, Л.Ш. Крупеникова) [95];	рассмотрение в контексте социокультурного пространства, как средства выстраивания коммуникации, с точки зрения реализации социальной статусности, возможности самовыражения и реализации ролевого репертуара; анализ виртуального пространства как совокупности личных социокультурных пространств	не уделяется внимание изменениям, которые происходят в структурах самосознания личности при подобной реализации статусности личности, опускается важность возможности безграничной манипуляции статусами и ролями в виртуальном пространстве

Таким образом, социологам в осмыслении концептуальной сущности виртуальной личности свойственно рассмотрение ее с точки зрения принадлежности к социокультурному пространству и реализации социальной статусности. Социологи характеризуют виртуальное пространство как совокупность сконструированных пользователями личных социокультурных пространств, зон комфорта, в которых основным условием гармоничного существования выступает свобода самовыражения. При этом рассмотрение социальных ролей и статусов осуществляется с точки зрения возможности самовыражения и реализации ролевого репертуара в процессе коммуникации. Ученые не уделяют внимание изменениям, которые происходят в структурах самосознания личности при подобной реализации статусности личности, а также

опускают важность возможности безграничной манипуляции статусами и ролями в виртуальном пространстве.

Лингвисты интерпретируют виртуальную личность с позиции ее «текстового следа» – никнеймов, словесных описаний, анкетных данных. Создание виртуальной личности, по мнению ученых, происходит при конструировании определенного текстового описания личности (Таблица 4).

Таблица 4

Лингвистические концепции виртуальной личности

Концептуальные представления о виртуальной личности	Преимущества	Недостатки
образ пользователя, искусственно созданный и обладающий придуманной моделью поведения, реализует поведение путем создания разножанровых текстов, разделение виртуальной личности и сетевой личности. Основу виртуальной личности составляет ее никнейм, который обладает номинативными, идентифицирующими, фатическими (направленный на установление коммуникативного контакта), аттрактивными, металингвистическими, эстетическими характеристиками (Е.Н. Галичкина) [45]; вид языковой личности, обладает характеристиками нарочитости и пафосности, так как существование виртуальной личности определяется ее успехом в получении обратной связи (И.Н. Пупышева) [141]; языковая личность имеет измененное отношение ко времени и пространству, проявляет себя в текстах, которые она создает и интерпретирует в ходе виртуального взаимодействия (О.В. Лутовинова) [105]; субъект блог-дискурса, идентификация происходит посредством реализации специальных коммуникативных стратегий в блог-дискурсе (Т.М. Гермашева) [46, 47];	рассматривают с точки зрения ее «текстового следа» - никнеймов, словесных описаний, анкетных данных; определяют создание виртуальной личности как конструирование определенного текстового описания; виртуальная личность постулируется с позиции ее текстовой представленности	ученые опускают факт иных форм проецирования личности в виртуальном пространстве, которые выполняют коммуникативные функции (гифки, пикчи, эмоджи и др.), что в значительной степени ограничивает возможности всестороннего рассмотрения виртуальной личности

Таким образом, в лингвистике виртуальная личность интерпретируется с позиции ее текстовой представленности. Поведение и коммуникативная активность виртуальной личности лингвистами представляются через

разножанровые тексты, описания и обратную связь, полученную другими пользователями на описанные формы активности. В данном направлении реализуется изучение текстового массива виртуального пространства, при этом ученые опускают факт иных форм проецирования личности в виртуальном пространстве, которые выполняют коммуникативные функции (гифки, пикчи, эмоджи и др.), что в значительной степени ограничивает возможности всестороннего рассмотрения виртуальной личности. Вместе с тем в современном виртуальном пространстве текстовая представленность личности выступает далеко не основным способом реализации активности пользователя, а визуальный контент, в свою очередь, приобрел ведущую роль, что в значительной степени снижает возможности анализа виртуальной личности с точки зрения лингвистического направления.

Исходя из этого, философское, культурологическое, социологическое и лингвистическое направления исследований рассматривают виртуальную личность достаточно одномерно, уделяя внимание отдельным характеристикам и не принимая во внимание многомерность и сложность данного феномена, что в значительной мере упрощает виртуальную личность как научный концепт. Вместе с тем затронутые представленными направлениями параметры виртуальной личности несут внешний характер (онтологический статус и среда обитания, часть культуры и результат творчества, реализация социальной статусности и формирование своего социокультурного пространства, создание и интерпретация текстов), не принимая во внимание внутренний источник данных проявлений, который лежит в основе виртуальной личности – индивидуально-психологические особенности личности.

Исходя из всего вышесказанного, перед психологией стоит задача формирования теоретического основания концепта «виртуальная личность» с учетом его многообразных характеристик и специфических особенностей для всестороннего рассмотрения данного феномена.

В рамках психологических исследований виртуальная личность также не имеет четко очерченных теоретических границ. В подавляющем большинстве работ базовые основы данной концепции складываются из анализа и осмысления процесса перехода личности в виртуальную среду и совокупности активности, которые отражаются в виртуальных проявлениях личности. Очевидным является факт отражения в данных проявлениях отдельных аспектов виртуальной личности, но сами авторы данную связь в своих концепциях не постулируют и не дают четкого определения виртуальной личности. Так среди основных психологических направлений можно выделить концепцию самопрезентации (М. Леонарди, И.В. Шугайло и др.) [217, 184], идентификации (И.М. Богдановская, А.Е. Войскунский, Д.Н. Погорелов, Е.Л. Солдатова и др.) [25, 38, 39, 40, 41, 135], самоизобретения и самосоздания в персонаже (Т.В. Говард, Э.Д. Коркия, А.К. Мамедов, М. Сейкер, Дж. Фитц, и др.) [209, 113, 228], компенсации фрустрированных желаний (Дж. Донат, Э. Рейд, В.А. Солодовник, Дж. Сулер, К.С. Янг, и др.) [199, 226, 164, 234, 244], модальности образа Я (В.И. Егорова Е.В. Куликова и др.) [61, 93] (Таблица 5).

Таблица 5

**Концептуальные представления о проявлениях личности в виртуальном
пространстве в психологических исследованиях**

Концептуальные представления	Суть концепции
Самопрезентация	в основе фотообраз, выполняющий функцию маски, объединяет в себе штамповые визуальные образы, прошедшие проверку социальным признанием; выполняет защитную и социально одобряемую функции (И.В Шугайло) [184]; нарратив, повествовательный перформанс, имеющий символическое значение и риторические компоненты (М. Леонарди) [217]; составляющая часть имиджа, количество связан с разнообразием социальных ролей. Вариативность образов выстраивается в соответствии со значимостью конкретного образа для воспринимающих. Основное функциональное назначение заключается в передаче информации о личности в символично-знаковой форме, отражающей реальную личность или описывающей вымышленную (Е. Вест, Е.В. Перов) [238, 129, 130];

	продуманный образ имеющий произвольный и непроизвольный компоненты (К.А. Алексеева) [5]; ярлыки, краткие, легкие и понятные для аудитории самохарактеристики (И. А. Медведева) [118];
Идентификация	представление о собственном «Я» конструируется путем игр с идентичностью и проявляется в объединении множественных виртуальных образов пользователя, которые возникают и развиваются на базе уже существующих реальных образов (Л.Д. Александрова, В.О. Богданова) [24]; виртуальный контент – внутренний мир интернет-пользователя, содержание идентичности, переход от маски к идентичности (А.Г. Асмолов, Г.А. Асмолов) [9]; виртуальная идентичность как результат встраивания личности в новый информационный социум (И.М. Богдановская, Г.Ю. Иконникова, М.В. Клементьева, Н.Н. Королева) [25, 83]; виртуальная идентификация через построение субъективного образа идеального Я при помощи репостов, социально одобряемой информации (выражается лайками и комментариями), комбинации общественных текстов для создания контента (Д.Н. Погорелов, Е.А. Рыльская, Е.Л. Солдатова) [135, 148, 161, 162]; совокупность множества образов уже существующих в пространстве Интернета; реальная идентичность занимает место психологического ядра и включает основные личностные составляющие и становится формирующей платформой для виртуальной самоидентификации, воплощенной в виртуальной презентации собственного Я (А.Е. Войскунский, А.С. Евдокименко, Н.Ю. Федунина) [38, 39, 40, 41]; дополнительная личностная идентификация воплощается в ролевом игровом персонаже компьютерной игры или симуляции (А.М. Демильханова, А. Дж. Сон-Э) [56, 232]; игры с ролями и конструирование множественного Я, увеличение количества возможных Я-концепций; выход из проблемы самоопределения (необходимости для реализации существования в виртуальном пространстве); расширение спектра идентификации через неограниченные возможности в конструировании и наполнении самоописаний (Е.П. Белинская, А.Е. Жичкина) [18, 19, 20, 21]; нарративная идентичность, складывающаяся в рассказах о себе, игра идентичностей (Т.Д. Марцинковская) [114, 115, 116];

	манипулирование социальными категориями и экспериментирование с самоидентичностью экспериментирование с идентичностью в контексте поиска нового опыта, стремления испытать ранее не прожитое (Ш. Теркл) [237, 239, 240];
Самоизобретение и самосоздание персонажа – аватаре	аватары, идентификаторы пользователя, аватары как альтернативное расширение личности (Б. Андраде де Карвалхо, Т.В. Говард, Р.К. Рафаэле, Ф. Сильва) [209, 224]; экстернализация себя в виртуальном пространстве (М.П. МакКрири, Ш.К. Крач, П.Г. Шредер, Р. Бун) [219]; изобретение персонажа с помощью выделения характерных черт личности, формируется воплощение реальной личности в виртуальную (М. Сейкер, Дж. Фитц) [228]; мистификация (Э.Д. Коркия, А.К. Мамедов) [113]; аватар как искусственно созданная «материальная» ценность (Р.А. Бартл, Ч.З. Вагонер, Д. Виндер, Р.В. Козинец, А.М. Пичей, М. Чидс) [191, 242, 244, 216, 223]; самосоздание не базируется только на творении телесности, но и создает социальное обличие пользователя (Т.А. Бондаренко) [32].
Компенсация фрустрированных желаний	возможность компенсации реальных потребностей, фрустрированных или недостижимых (реализации агрессивных интенций и деструктивных склонностей, желаний власти и контроля) (А.М. Каплан, М. Хенлин, К.С. Янг) [212, 244]; воплощение идеальной модальности Я, выражение подавляемой части личности; стремление к признанию и желание быть замеченным (Дж.С. Донат, Э. Рейд, В.А. Солодовник, Дж. Сулер) [199, 226, 164, 234]; укрепление социального спокойствия, компенсация неудовлетворенности общением в реальности (Ю.М. Кузнецова) [92].
Модальность образа Я	представления пользователя о себе, его ролевые, статусные, психологические характеристики. при конструировании пользователь в первую очередь акцентирует внимание на своих коммуникативных способностях, интересах, увлечениях (Е.В. Куликова) [93]; необходимый элемент присутствия, психологическая единица, созданная для вызывания чувственного представления о партнере по взаимодействию. не воплотим в реальность, так как теряет свойства среды, в которой он был сконструирован (В.И. Егорова) [61].

Представленные концепции рассматривают особенности проявления реальной личности в виртуальном пространстве и не формулируют сущность

концепта виртуальная личность. При этом каждая из теорий позволяет рассмотреть отдельные аспекты феномена «виртуальная личность» как обобщающего всю совокупность проявлений реальной личности в виртуальном пространстве. Рассмотрение виртуальной личности через процессы самопрезентации, позволяет выделить особенности ее внешнего проявления, репрезентации в целях налаживания процесса взаимодействия с другими пользователями и получения социального одобрения. Идентификационная концепция позволяет раскрыть особенности виртуальной личности с точки зрения представлений пользователя о своем «Я», в контексте соотнесения его с проявлениями виртуального пространства и его возможностями, что влечет за собой расщепление и множественность идентичностей. Соотнесение виртуальной личности с созданным пользователем персонажем, позволяет выявить роль альтернативных расширений личности, изобретенных им и имеющих проекционную связь с реальным Я пользователя. Рассмотрение виртуальной личности через концепцию компенсации фрустрированных желаний, позволяет подчеркнуть направленность и мотивационную составляющую данного феномена. Концепция, строящаяся на сопоставлении виртуальной личности с одной из модальностей образа Я – виртуальным Я, позволяет выявить особенности процесса взаимодействия с виртуальным пространством. Виртуальная личность постулируется через совокупность характеристик пользователя, выражаемых им в самоописаниях в форме ярлыков, символов и знаков, таким образом представляя собой феномен эквивалентный понятию «имидж».

Таким образом, теоретико-методологическая основа феномена «виртуальная личность» располагает концепциями, которые анализируют отдельные параметры взаимодействия личности и виртуального пространства и не позволяют сформировать глобального представления о данном феномене.

Вместе с тем наиболее широкая с этой точки зрения концепция разработана А.И. Лучинкиной, которая определила виртуальную личность в

качестве желаемого образа, который не имеет физической представленности и реализуется в самопрезентации личности [106]. Виртуальная личность по мнению ученого выполняет функцию установления связи с виртуальной средой, распространения социального опыта личности. Ученый в своих работах описала многомерность данного научного концепта, выделив три основных параметра виртуальной личности: виртуальность, вовлеченность и направленность, которые раскрывают мотивационную, инструментальную и ценностно-смысловую составляющую. В качестве характеристик виртуальной личности Анжелика Ильинична определяет объем времени, который пользователь проживает в Интернете, приоритет виртуальной активности над реальной, стремление к репликации и воплощению в разнообразных ролях, а также чувство принадлежности к виртуальному социокультурному пространству – виртуальной субкультуре [107, 108]. При этом, несмотря на более широкий характер исследования, данная концепция была разработана с целью уточнения отдельных процессов интернет-социализации и оставляет без внимания роль каждого из представленных параметров в проявлениях виртуальной личности. Вместе с тем А.И. Лучинкина выделяет квазиличность как параметр виртуальной личности, отражающий ее искусственный характер и управляемость пользователем. Анжелика Ильинична, в своих работах неоднократно подчеркивала синонимичную связь между понятиями виртуальная идентичность, виртуальный образ, виртуальный образ Я, виртуальная самопрезентация. Данное исследование основывается на концептуальном подходе А.И. Лучинкиной, в соответствии с которым виртуальная личность рассматривается как эквивалент виртуального образа и виртуального образа Я. Подобная универсализация основана на представлениях о проекционном характере присутствия пользователя в виртуальном пространстве [106, 107, 108], на теории о симулякрах и симулятивности виртуального присутствия (В.А. Емелин, Р.И. Зекерьяев, Ю.П. Зинченко) [62, 68, 69, 70], а также на представлениях о виртуальном образе и виртуальном образе Я, как о

виртуальных копиях Я-концепции пользователя (Е.П. Белинская, А. Е. Жичкина) [21].

И.С. Лучинкина в своих работах расширила представления о коммуникативном компоненте виртуальной личности, который имеет свое отражение в поведенческих моделях пользователя в процессе активного контакта личности и виртуального пространства. Вместе с тем важным параметром для анализа виртуальной личности в работах ученого выступила когнитивная сфера личности. При этом ученый ограничивает свой анализ данной сферы когнитивными искажениями, но концепция А.И. Лучинкиной и результаты исследования И.С. Лучинкиной позволяют сделать вывод о необходимости расширения представлений о роли данного компонента в структуре виртуальной личности [64, 109, 110, 218].

И.М. Богдановская, в свою очередь, в исследованиях, посвященных изучению подростковой идентичности, подчеркивает значимость навыков конструирования виртуальной личности, как неотъемлемой части становления каждой личности в постоянно развивающемся информационном социуме [25].

Существующие концепции оставляют ряд пробелов в рассмотрении виртуальной личности как психологического феномена и научного концепта, при этом задают траекторию для новых исследований.

Также следует отметить, что стремительное развитие технологий и всепоглощающее влияние виртуального пространства на все сферы общественной жизни личности в значительной мере сместили характеристики виртуальной личности. Так преимущество виртуальной активности над реальной стало распространенной нормой в связи с функциональным разнообразием виртуальных платформ, позволяющим удовлетворять потребности пользователя, распространением профессиональной деятельности связанной с виртуальным пространством, а также всевозрастающем делегировании различных функций виртуальным сервисам, включая и интеллектуальные функции (анализ материала при помощи искусственного интеллекта,

формулирование выводов при помощи чат-ботов, написание текстов, создание макетов и картинок, и даже видео, поиск пути и построение маршрута, а также анализ психологического состояния при помощи чат-ботов и искусственного интеллекта и др.). Вместе с тем ограничения доступа к тем или иным ресурсам воспринимается пользователями как фрустрирующее, стрессовое и расценивается как «потеря части жизни» [1].

Для определения сущности феномена «виртуальная личность» и установления терминологических границ данного научного концепта, возникает необходимость в разрешении проблемы соотносительности реальной личности и виртуальной личности. Несмотря на впечатление автономности виртуальной личности, ее связь с создателем (реальной личностью) довольно существенна. Отсюда исходит следующая проблема исследования виртуальной личности – определение границы между реальной и виртуальной личностью. Дэвид Челмерс, изучая виртуальную реальность, отметил ее значительную правдоподобность в имитации характеристик физического реального пространства и правдоподобность полученного в нем опыта [194]. Исследования ролевых игр и игр-симуляторов продемонстрировали наличие устойчивой психологической связи между созданным персонажем и игроком, причем настолько сильной, что в реальной жизни, пользователь может смотреть на ситуацию с точки зрения своего героя [224], приобретать его характеристики, и все большее сходство с внешним обликом аватара и его психологическими характеристиками [233, 214, 238, 239, 242]. Реальное пространство задает целостность физическим объектам, вполне конкретную и обеспеченную маркерами телесности. Виртуальное пространство не в полной мере обеспечивает данный феномен и задает скорее фрагментированную телесность, которая вместе с тем является достаточно пластичной в связи с необходимостью постоянной адаптации и идет по пути симуляции реальных характеристик. Имитация физических свойств формирует ощущение обретения утраченной целостности и создает впечатление единства с компьютером, телефоном или

иным средством [121, 237]. М. Сайкер и Дж. Фитц, в свою очередь, утверждают, что связь между аватаром и пользователем не является простым переносом, а представляет собой воплощение, основная цель которого проекция своего Я за пределы возможного. Мнимость автономности также демонстрирует себя в строгой необходимости прохождения авторизации (частичной или достаточно развернутой) [228]. Таким образом, виртуальная личность представляет собой виртуальное воплощение, проекцию, отображение реальной личности в виртуальное пространство. Само виртуальное пространство, как площадка для реализации активности пользователя, наделяет виртуальную личность рядом характеристик. Правдоподобность и реалистичность опыта, полученного в контексте контакта с виртуальным пространством, фрагментированность и динамика идентификаций являются результатом подобных трансформаций.

Вместе с тем виртуальная личность лишена физической (телесности) представленности, что определяет необходимость в компенсаторных процессах физических проявлений [132, 133]. Кроме того, связь реальной и виртуальной личности все еще является достаточно тесной в связи с тем, что источником для проецирования данной модальности личности является психика и сознание пользователя. Виртуальное пространство само по себе не может создавать виртуальные личности. На современном этапе развития технологий попытки создания при помощи нейросетей правдоподобных, при этом не существующих в реальности, виртуальных личностей ограничивается конструированием суррогатов, которые при первом приближении выдают свою нереалистичность (Эмили Пеллигрини, Фиона). Правдоподобный визуальный контент столкнулся с проблемой необходимости поддержания эмоционального контакта с аудиторией, который невозможен без сложного индивидуального опыта реальной личности [200]. Это также подчеркивает связь реальной личности с ее виртуальным воплощением, как создателя и источника наполнения своего виртуального творения и условия для его полноценного существования.

Закономерным является необходимость отметить особенности характера контакта интернет-пользователя и виртуального пространства. Рассмотренные исследования в области психологии виртуальной личности неоднократно указывали на активный его характер [18, 92, 106, 107], что согласно деятельностному подходу позволяет обозначить данный контакт через категорию «взаимодействие».

Принимая во внимание теорию деятельности, в рамках которой исходной выступает внешняя чувственно-практическая деятельность в процессе интериоризации переходящая во внутренние процессы и приобретающая самостоятельность (относительную), а затем путем экстериоризации переходящая во внешние проявления [97, 98, 99], виртуальная личность выступает в качестве результата данного перехода, вместе с тем обладая характеристиками процесса – динамичностью и подвижностью. Виртуальная личность выступает в качестве инструмента интериоризации виртуального опыта, проводником данного опыта в личностные структуры пользователя, и вместе с тем результатом экстериоризации, транслирующим устоявшиеся в личностных структурах результаты усвоенного виртуального опыта. Таким образом, теоретические и практические наработки в данной области дают возможность операционализировать рабочее понятие, которое вбирает в себя результаты многолетних научных изысканий:

Виртуальная личность – проекция реальной личности в виртуальное пространство, ее функциональное расширение, способствующее освоению нового индивидуального опыта (виртуального), сформированная в процессе контакта личности и виртуального пространства, обладающая свойствами субъекта и включающая отдельные характеристики личности.

Опираясь на деятельностный подход к рассмотрению личности [97, 98, 99] и уровневую систему самосознания личности [86, 164], а также на существующие концепции в исследовании данного феномена [106, 107, 108]

виртуальную личность можно представить в виде следующей модели (Рисунок 1):

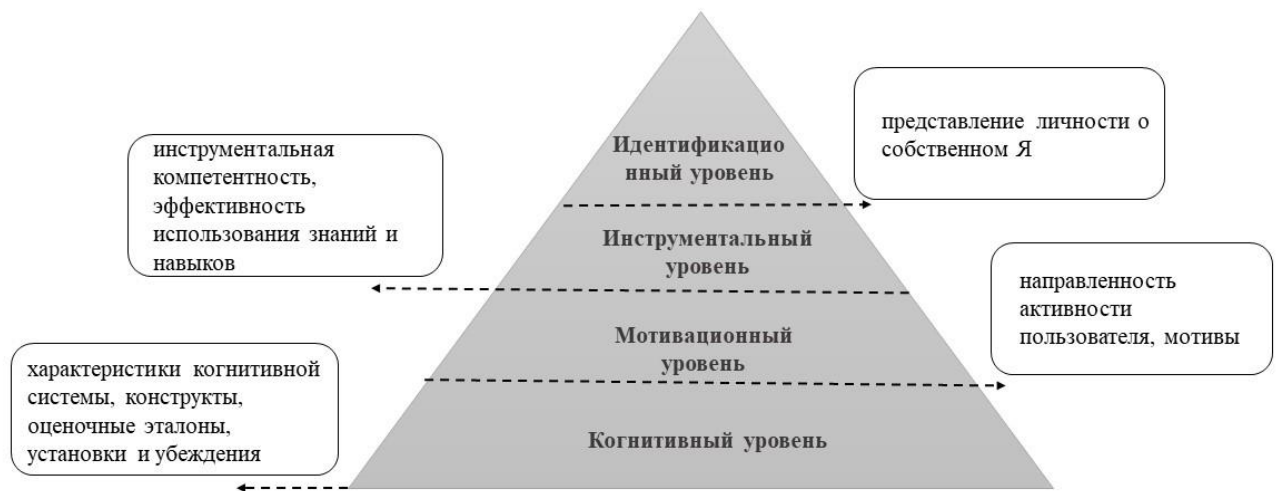


Рисунок 1. Модель структуры виртуальной личности

Согласно данной модели виртуальная личность имеет уровневую структуру и включает 4 уровня проецирования. Первый, базовый уровень, представлен когнитивными характеристиками личности, которые обеспечивают и регулируют процессы интериоризации и экстериоризации индивидуального опыта, что задает основу для взаимодействия личности и виртуального пространства. Убеждения личности, ее категориальная система и оценочные эталоны лежат в основе виртуальной личности и определяют объем и глубину взаимодействия личности и виртуального пространства и вместе с тем задают направленность виртуальной активности. Второй уровень виртуальной личности, представлен мотивами пользователя, которые выступают в качестве движущей силы деятельности. Мотивы, в свою очередь, определяют степень освоения пользователями знаний и навыков, необходимых для удовлетворения тех или иных потребностей в контексте виртуального пространства. Инструментальная компетентность интернет-пользователя определяет третий уровень проецирования виртуальной личности. Четвертый уровень виртуальной личности представлен совокупностью представлений личности о собственном Я, которые основываются на результатах процесса взаимодействия с виртуальным

пространством, и обеспечивается тремя предыдущими уровнями проецирования виртуальной личности.

Становится очевидным факт взаимовлияния уровней проецирования виртуальной личности друг на друга, что закономерно позволяет отметить потенциальную возможность, заложенную в виртуальном пространстве для полноценной реализации всех уровней виртуальной личности и при этом потенциальную возможность реализации только части из них. Выявление психологических особенностей, регулирующих и организующих каждый из выделенных уровней проецирования виртуальной личности, в свою очередь, позволит прояснить механизмы, которые обеспечивают данный процесс, что позволит в более полной мере раскрыть концепт «виртуальной личности» и ее психологических особенностей.

Таким образом, виртуальная личность представляет сложную многокомпонентную систему, которая объединяет в себе всю совокупность проявлений процесса контакта пользователя и виртуального пространства, взаимодействия личности с виртуальными явлениями. Виртуальная личность является необходимым элементом перехода пользователя в виртуальное пространство, организации там его присутствия и фиксации в разветвленной виртуальной структуре. Виртуальная личность представляя собой функциональное расширение реальной личности обеспечивает удовлетворение потребностей пользователя через возможности виртуального пространства и организацию виртуальной активности пользователя, тем самым способствуя приобретению нового индивидуального опыта. Вместе с тем анализ и интерпретация данного опыта способствует интериоризации его в личностные структуры пользователя, что позволяет виртуальной личности занять место проводника в данных процессах. При этом специфика виртуального пространства предусматривает структурирование виртуальной активности при помощи создания аккаунтов и аватаров, которые в той или иной степени, в зависимости от требований виртуальной платформы, заполняются

самоописаниями личности, складывающимися в самопрезентации. Подобные структуры служат фиксаторами пользователя в виртуальном пространстве, обеспечивают его функциональность, организуют активность и формируют условия для взаимодействия с другими пользователями. Описанные процессы позволяют закрепить за виртуальной личностью, помимо функционального расширения, статус проекции личности пользователя в виртуальное пространство, служащей транслятором не только личностных характеристик и представлений пользователя о своем Я, но и установок, идей, убеждений, идеалов и ценностей, что обобщается процессом экстерииоризации уже интерпретированного и усвоенного виртуального опыта. Таким образом, выявление и анализ психологических особенностей виртуальной личности позволят не только рассмотреть процесс конструирования данного феномена, но и изучить закономерности процессов интерииоризации и экстерииоризации нового индивидуального опыта, реализуемых через виртуальную личность.

1.2. Психологические особенности виртуальной личности, определяющие выделение отдельных ее уровней в контексте взаимодействия личности с виртуальным пространством

Принимая во внимание операционализированное ранее понятие «виртуальная личность» и описанную модель виртуальной личности важным для реализации целей данного исследования становится выделение отдельных групп психологических особенностей виртуальной личности пользователя, которые выступают в качестве средства установления внутренней связи и зависимости компонентов виртуального пространства и личности пользователя. Они представляют собой систему психологических средств или факторов, обеспечивающих осуществление того или иного процесса проявления психических свойств, различных психических изменений, которые связаны с взаимодействием и взаимовлиянием виртуального пространства и интернет-

пользователя. Психологические особенности в основе своей выполняют регулятивную функцию в управлении различными уровнями взаимодействия пользователя с виртуальным пространством и тем самым напрямую влияют на процесс формирования виртуальной личности.

В соответствии с уровневой моделью виртуальной личности, описанной выше, закономерным является рассмотрение психологических особенностей в соответствии с их уровневой представленностью.

Первый уровень виртуальной личности представляет собой фундаментальные структуры и образует основу проекции личности интернет-пользователя. Данный уровень включает базовые компоненты, необходимые для анализа индивидуального опыта: личностные конструкты, оценочные эталоны, установки и убеждения, которые выступают фундаментом для формирования представления пользователя о самом себе и о своем поведении, а также особенности интерпретации опыта (анализа и обработки информации).

Когнитивный подход постулирует в качестве исходного положения в теории личности идею об особенностях восприятия, понимания и объяснения человеком происходящего как основы для объяснения личностным чертам и своеобразию индивидуального поведения. В познавательной сфере выделяются содержательный и структурный аспекты, которые отражают суть и способ осмысления и интерпретации, полученной извне информации. В качестве содержательного аспекта выступают представления личности об окружающем мире, его нормах и правилах, а также о своем собственном состоянии. Структурный аспект представляет собой совокупность правил и законов, которые структурируют, связывают, категоризируют и классифицируют имеющиеся представления [178]. В связи с этим представляется особенно важным изучение непосредственного опыта когнитивного анализа собственного Я в контексте взаимодействия с виртуальным пространством и виртуализации сознания интернет-пользователя.

Джером Брунер полагал, что в основе интерпретации окружающего мира лежит сенсомоторное отражение, включающее информацию, полученную чувственным путем и в процессе деятельности. Он сформулировал понимание о личности как активном субъекте, постоянно интерпретирующем полученную извне информацию. Каждый человек, согласно исследованиям ученого, выстраивает свою понятийную систему на основе интерпретации предыдущего опыта, знаний и идей, способа понимания окружающего мира. Люди конструируют категориальную систему для классификации событий и ситуаций, процессов и явлений и затем интерпретируют свое окружение исходя из характеристик, выстроенной системы категорий. Кроме того, человек использует категориальную систему не только для анализа поступающих от мира сигналов, но и для прогнозирования будущих событий и принятия решений о дальнейшем поведении [34].

О. Харви, Д. Хант и Г. Шродер описали два способа структурирования индивидуального опыта – конкретизацию и абстрагирование. Конкретный способ структуризации понятий характеризуется минимальным уровнем дифференциации и интеграции индивидуальной понятийной системы, абстрактный способ – максимальным уровнем развития подобных характеристик [178, 205, 206, 229]. Таким образом, основными характеристиками индивидуальной понятийной системы являются конкретность и абстрактность, отражающие дифференциацию и интеграцию понятий в структуре системы. Преобладание одной или другой характеристики позволяет выстраивать типологию субъектов. Конкретность понятийной системы проявляется в малой степени дифференциации и интеграции сформированных личностью понятий, в малом их количестве и слабой связи. Данная характеристика проявляется в личности в высокой зависимости поведения человека от ситуативного воздействия окружающего мира, преобладанием черно-белого мышления, проявления зависимости от авторитетов и статуса, отсутствием толерантности к неопределенности, стереотипностью решений. Абстрактная понятийная система

характеризуется высокой дифференцированностью и интегрированностью, которые проявляются в большом многообразии понятий и их разнообразной комбинации. Для субъектов, обладающих абстрактной системой, свойственна свобода от характеристик конкретной ситуации, ориентированность на внутренний индивидуальный опыт, склонность к рискованным действиям, независимость, гибкость и креативность. В ходе онтогенеза абстрактность понятийной системы нарастает тем самым увеличивая количество альтернативных схем для восприятия объектов без влияния стереотипов. Таким образом, основу личностного развития в когнитивном подходе составляет развивающаяся дифференциация и интеграция индивидуального опыта. Уровень абстрактности влияет на способность субъекта преодолевать границы индивидуального опыта [202, 205, 206, 229].

Джордж Келли в рамках своей когнитивной теории личности построение ментальных конструкций рассматривал через восприятие, анализ, интерпретацию окружающего мира и организацию субъективного опыта в систему личностных конструкторов [213]. При этом конструктор является биполярной шкалой, основанной на существовании альтернативных вариантов для оценивания. При помощи конструкторов личность оценивает объекты окружающего мира, сравнивая их между собой и с третьими объектами, которые могут выступать в качестве эталона [84, 230]. Конструктор выступает в качестве универсального классификатора, шаблона для социальной перцепции и для восприятия самого себя. Благодаря конструкторам, человек не только познает мир, но и устанавливает межличностные отношения. Система личностных конструкторов обладает двумя определяющими ее характеристиками: **интегрированность** (обобщение и установление сходства) и **дифференцированность** (противопоставление, выявление различий). Личностный конструктор выступает в качестве инструмента классификации и формирования оценочных образцов, сконструированный личностью, проверенный им на практике. Таким образом, система конструкторов включает

проверенные конструкты и гипотезы, конструкты требующие проверки [81, 213]. Дж. Келли утверждал, что наблюдения способствуют формированию убеждений о собственном Я и окружающей действительности, которые организуются в личностные конструкты, личность выстраивает свое поведение в соответствии со своей категориальной структурой, которая содержит представления индивида о собственном Я. В соответствии с особенностями структуры системы личностных конструктов Дж. Келли выделял два типа личностей: когнитивно сложных и когнитивно простых [81, 84]. Джордж Келли рассматривал индивидуальный опыт как изменение жизни личности на основании пересмотра и трансформации конструктов под влиянием различных событий и ситуаций. Качество и объем усвоенного опыта определяется по процессам интерпретации событий (расширение или уточнение) и степени проницаемости конструктов. Стратегии расширения и определения конструктивной системы личности определяются уровнем толерантности к неопределенности или нереалистичному опыту, который определяет основной мотив для данных стратегий – мотив риска или мотив безопасности [81, 84, 213].

Исходя из этого, фундаментальными являются параметры когнитивной системы личности, механизмы анализа и интерпретации опыта. Когнитивный стиль представляет собой индивидуальный способ обработки и интерпретации полученной информации. В основе данного феномена лежат механизмы индивидуальных различий между людьми в способах познания окружающей действительности. Когнитивные стили являются характеристикой познавательной сферы и проявлением личностной организации [77, 178, 196].

В контексте виртуального пространства когнитивные характеристики личности оказывают прямое воздействие на процесс анализа и интерпретации полученного опыта и своего Я в структуре специфических условий виртуального пространства. Пользователи в процессе взаимодействия с виртуальным пространством не только реагируют на воздействия и конкретные ситуации и окружение в целом, но и активно формируют представление о них и о

собственном Я. Категориальная структура личности служит инструментом анализа и интерпретации полученного уникального опыта. Когнитивные механизмы восприятия и фильтрации, анализа и интерпретации информации также подвергаются адаптации в связи особенностями самого пространства. Трансформируется также и коммуникативный процесс, приобретая новые качества и свойства. Виртуальное пространство создает условия для формирования потока информации, ее размножения и тиражирования. Возникновение когнитивных искажений в подобных условиях представляется вполне закономерным процессом. Неконтролируемый поток информации перенагружает когнитивные процессы. И.С. Лучинкина в своих исследованиях рассмотрела особенности когнитивных механизмов коммуникативного поведения личности в виртуальном пространстве и разработала психометрический инструмент для выявления когнитивных искажений при восприятии информации и онлайн-коммуникации по модели Аарона Бека [16, 17, 110]. И.С. Лучинкина провела изучение когнитивных искажений с точки зрения неклинического подхода и обозначила ошибки, связанные с дихотомичностью анализа (черно-белое мышление), преувеличением последствий (катастрофическое мышление), снижением значимости позитивных результатов, опорой на эмоциональные оценки ситуаций, использованием ярлыков, опорой на предыдущий опыт, предугадыванием суждений, возложением ответственности за все происходящие события на свои действия, долженствованием и чрезмерными обобщениями при анализе при коммуникативной активности в виртуальном пространстве [110]. Р. Ковин, Д.Ж.А. Дозоис, А. Огнiewicz, П.М. Сидс в своих исследованиях неоднократно подтвердили валидность и надежность Шкалы когнитивных искажений (CDS) в неклинической выборке и подтвердили ее статус как многообещающего инструмента с хорошими психометрическими свойствами для измерения когнитивных искажений [197, 222]. Ю.А. Хохлова и Т.Л. Крюков изучили степень влияния когнитивных

искажений на оценку собственного Я и пришли к выводу о значимости подобного воздействия [91].

Исходя из этого, когнитивные психологические особенности виртуальной личности представляют собой средства для анализа и интерпретации индивидуального опыта. В анализе виртуальной личности закономерно разделить данные психологические особенности на две группы. Первая группа представляет собой особенности когнитивной системы личности – когнитивный стиль и когнитивные искажения. Вторая группа составляет психологические особенности, которые непосредственно осуществляют интерпретацию полученного опыта и участвуют в построении категориальной системы личности. В комплексе данные психологические особенности образуют группу когнитивных механизмов, которые обеспечивают и регулируют процессы первого (когнитивного) уровня виртуальной личности.

Следующий уровень виртуальной личности характеризуется совокупной направленностью активности пользователя в виртуальном пространстве. В качестве психологических средств, обеспечивающих и регулирующих данный процесс, выступают мотивы интернет-пользователя.

А.Н. Леонтьев утверждал: «Личность создается объективными обстоятельствами, но не иначе как через целокупность его деятельности, осуществляющей его отношения к миру» [97, с. 113]. Согласно теории А.Н. Леонтьева, предпосылка любой активности лежит в потребности, наличие потребности выступает фундаментальным условием существования не только деятельности, но и личности в целом. При этом потребность сама по себе не может придать деятельности определенную направленность. В качестве движущей силы деятельности, направляющей активность личности, выступает мотив [97, 99]. Таким образом, мотивационная составляющая выступает важнейшим элементом направляющим виртуальную активность личности. Л.В. Трубицына и Е.А. Феоктистова выделяла следующие мотивы пребывания пользователя в Интернете: заполнение пустоты, скука, бытовая необходимость,

уход от проблем, воспитание детей, общение, рабочие и профессиональные мотивы, социальная поддержка, деятельность по интересам, хобби, следование моде, релаксация и отдых, мотивы суеверные и мотивы избегания неприятностей, получение информации, приобщение к важным людям и событиям, влияние на события, аддиктивные мотивы (мотивы зависимости), личностные мотивы, изменение или отреагирование эмоций, самоутверждение, мотивы власти, влияния [171]. Е.Г. Гайнцев выделил мотив общения, азарта и отрешенности от реального мира [43]. Также осуществлялась попытка выделения мотивов, свойственных для пользователей виртуальных игр [184]. Анализ теоретических подходов и эмпирических исследований позволяет дополнительно выделить следующие группы мотивов: фрустрационные, защитные, социально-актуализационные, потребительские, позиционные, аффилиационные (Таблица 6).

Описанные мотивы обладают свойством универсальности и могут быть реализованы как при помощи возможностей реального пространства, так и основываясь на функциях и возможностях, которые предоставляет виртуальное пространство.

Описанные мотивы обладают свойством универсальности и могут быть реализованы как при помощи возможностей реального пространства, так и основываясь на функциях и возможностях, которые предоставляет виртуальное пространство.

Анжелика Ильинична Лучинкина, осуществив анализ совокупности мотивов, присущих пользователям, констатировала наличие уникальной группы специфических мотивов, свойственных для описания контакта с виртуальным пространством:

потребительские мотивы: мотив обозначенного присутствия (стремление одновременных множественных контактов вне зависимости от местоположения), мотив воплощения в роль (идентификация с образом существующего персонажа игры);

творческие мотивы: мотив взноса (репосты, переотправка информации и любого контента в целом другим интернет-пользователям), мотив личного пространства (генерация личного пространства внутри виртуальности, создание личных страниц, блогов, сайтов), мотив репликации (создание героев, реализация нескольких жизней одновременно) [106].

Таблица 6

Мотивы пользователей

Группа мотивов	Компоненты	Авторы концепции
Фрустрационные	изменение неудовлетворяющего внешнего вида, замена своего реального Я идеальной версией, выражение нереализованных проявлений, критика процессов происходящих в мире, реализация агрессивных интенций, проявление подавленных сторон личности, удовлетворение запретных сексуальных побуждений, реализация желания контроля, власти	В.В. Афанасьева [12]; Б. Бейкер [192]; Е.П. Белинская [18, 19]; А. М. Каплан [212]; Э.М. Рейд [226]; Дж. Сулер [234]; Ш. Теркл [238, 240]; К.С. Янг [246];
Защитные	возмещение уязвимости, компенсация страха близости, возможности экономии ресурсов за счет возможностей	Ш. Теркл [238, 240]; В.В. Афанасьева [11,12];
Социально-актуализационные	осуществление поддержки позитивного оценивания своей личности, чувства неповторимости, самоактуализация и самоопределение, поиск альтернатив в проявлении себя	Е.П. Белинская [19, 20]; О.А. Пикулёва [132,133];
Потребительские	гедонизм, получение нового опыта, обучение, работа, приобретение необходимых товаров и услуг	В.В. Афанасьева [11,12]; Ш. Теркл [237, 239];
Позиционные	разнообразие идентификации, как средство нивелирования своей статусности, демонстрация своей принадлежности	Е.П. Белинская [19, 20]; О.А. Пикулёва [132,133];
Аффилиационные	реализация социальной выгоды – признание и одобрение, снижение страха одиночества, удовлетворение потребности нахождения своего места в обществе, доверительных отношениях, эмоционально окрашенных	Е.П. Белинская [19, 21]; А.Е. Войскунский [38, 39]; О.А. Пикулёва [132,133];

Таким образом, мотивационные психологические особенности обеспечивают и регулируют процесс реализации активности интернет-пользователя в виртуальном пространстве и формируют мотивационный уровень виртуальной личности. Разнообразие потребностей личности

обуславливает разнообразие мотивов. Расширение возможностей виртуального пространства и увеличение функционального потенциала влечет за собой расширение мотивов, которые могут быть реализованы при помощи возможностей виртуальных процессов и виртуальной активности. Мотивационные психологические особенности, помимо обеспечения и регулирования активности пользователя и ее разнообразия, запускают и реализацию следующего уровня виртуальной личности, обуславливая необходимость создания тех или иных аккаунтов, аватаров, регистрации на различных виртуальных платформах.

Следующий уровень виртуальной личности – инструментальный, представленный особенностями композиции проекции интернет-пользователя, которая задается виртуальными платформами и определяет объем, формат, тематику и состав виртуального присутствия интернет-пользователя.

Данный уровень обусловлен совокупностью знаний, умений и навыков интернет пользователя, обеспечивающих реализацию его мотивов. Навыки по своей сути представляют целесообразные действия, которые в своей основе содержат те или иные мотивы. Согласно А.Н. Леонтьеву деятельность состоит из действий [97]. Следовательно, для реализации процессов данного уровня виртуальной личности значимой выступает инструментальная компетентность интернет-пользователя, заключающаяся в эффективном использовании совокупности знаний, умений и навыков пользователя в отношении виртуальных платформ, объектов и инструментов. При построении эффективного поведения, направленного на достижение цели и реализацию мотива, происходит расширение значимого опыта и компетентности в оптимальном построении деятельности [100, 227]. Расширение индивидуального опыта при этом происходит и в сторону развития стратегий совладания с различного рода проблемами, в которых Интернет также выступает в качестве ресурса для совладания [143, 144, 145]. Таким образом, значимый опыт влечет за собой расширение компетентностной составляющей, а она в свою очередь ведет к

расширению индивидуального виртуального опыта, лежащего в основе виртуальной личности.

Исходя из этого, важнейшим аспектом виртуальной личности выступают навыки и знания пользователя, которые можно подразделить на первичные и продвинутое, в зависимости от инструментальной компетентности пользователя. А.И. Лучинкина в работах, посвященных интернет-социализации, трактовала инструментальную (компьютерную) компетентность как «часть информационной культуры, которая определяет умение целенаправленно работать с информацией и использовать для ее получения, обработки и передачи компьютерную информационную технологию, современные технические средства и методы» [106, с. 62]. При этом исследователь отмечала: «пользователь может иметь высокий инструментальный уровень, однако не стремиться к созданию своего виртуального образа из-за отсутствия мотивации к деятельности в интернет-пространстве» [106, с. 63].

Анжелика Ильинична определила четыре основных уровня компетентности:

Первый уровень компетентности: первичное ознакомление с виртуальными процессами и пространством в целом, освоение простейших знаний и навыков (навык включения компьютера, выбор и запуск браузера, поиск и выбор платформы для решения какой-либо задачи).

Второй уровень компетентности: навыки проявления социальной активности, включенности в деятельность виртуального сообщества, знание программ и приложений, навыки работы с почтой и мессенджерами.

Третий уровень: самостоятельное формирование виртуальной идентичности субъекта (заполнение самоописаний, разработка аватара).

Четвертый уровень: преобразование виртуального пространства (создание страниц, сообществ, форумов, сайтов, собственных каналов, заполнение их контентом, создание видеоконтента) [106, 107].

Разнообразие и сложность навыков, в свою очередь, зависит, с одной стороны, от мотивационной составляющей виртуальной личности, определяющей направленность виртуальной активности, что связано с выбором той или иной виртуальной платформы, с другой стороны, с постоянно расширяющимися возможностями виртуального пространства, которое эволюционировало от простого обмена текстовыми сообщениями до практически неограниченных возможностей искусственного интеллекта. Формирование виртуальной личности на данном уровне заключается в создании самоописаний по структуре, которая регламентируется различного рода платформами и напрямую связана с самопрезентацией пользователя [135, 198, 209]. Виртуальная личность в таком контексте выполняет две основные функции: фиксация в необъятном пространстве виртуальности, а также коммуникация и интеракция с другими пользователями. Конструирование внутренней структуры виртуальной личности, таким образом, зависит от требований конкретной платформы (социальной сети, сайта, игрового мира, приложения, видеохостинга или видеостримингового сервиса) и может представлять тщательно разработанную анкету, профиль, аватар, персонажа или только логин (для форумов и комментирования контента на различных сайтах) [135, 198, 209]. Вместе с тем важную роль играют навыки в оценке контекста запросов аудитории, конъюнктуры интересов других пользователей (потребителей контента) и даже моды, оценке статистики для определения уровня значимости и популярности пользователя в общей иерархии виртуального пространства [207]. Помимо этого, пользователю необходимо учитывать специфику платформы, на которой осуществляется активность. Каждая из виртуальных платформ имеет свои особенности в структурировании информации, задает нормативные шаблоны. Где-то необходимо отдать предпочтение тексту, где-то фото или видеоконтенту, некоторые платформы объединяют сразу все направления репрезентации.

И.С. Лучинкина в своих исследованиях описала поведение пользователей в Интернете как форму взаимодействия с объектами и субъектами техногенного пространства, которая проявляет себя в адаптивных способностях, а также в стимулировании пространствования новых стратегий с учетом внешних и внутренних стимулов, возникающих при взаимодействии с виртуальной средой [65, 109, 110]. Важным навыком для интернет-пользователя является освоение норм виртуального пространства. Социальные сети, форумы, видеохостинги, мессенджеры, игровые сайты и приложения имеют ряд правил и санкций. Так, распространенным наказанием в виртуальном пространстве стал теневой бан, понижение охватов контента пользователя при несоблюдении правил социального сервиса. Теневой бан превращает пользователя в невидимку. Для того, чтобы выйти из данного режима в социальной сети, также необходимо обладать целым рядом навыков. В 2006 году одним из первых Майкл Приор описал данный феномен скрытого блокирования пользователей в системе FogBugz. В разные годы подобные санкционные меры появились на различных сервисах HackerNews (2012 система «hellbanning»), Reddit (2015, функция «усыпления» аккаунта), WeChat (2016) [236, 243]. Также пользователи сообщают о подобной функции в социальной сети ВКонтакте, при этом разработчики не подтверждают ее наличие. Помимо того, санкции могут быть введены за внешние поведенческие характеристики аккаунта, например, при условии, что пользователи на вашей странице не ведут себя как довольная и вовлеченная аудитория, социальная сеть понижает рейтинг пользователя и опускает посты ниже в выдаче и новостной ленте. Также наказания предусмотрены за флейм, спам, флуд, оффтоп, хотлинк. Причем сами пользователи могут сообщить администрации или модераторам о нарушениях норм сообщества или социальной сети в целом (оставить жалобу) [109, 120, 162].

При этом данные психологические особенности виртуальной личности также включают компетентность в отношении конструирования самопрезентации пользователя в виртуальном пространстве. Интернет-

пользователь отбирает характеристики собственного Я, которые более удачно впишутся в концепцию образа и вызовут нужную реакцию аудитории. Пользователь наполняет свой виртуальный образ ориентируясь на сигналы-символы и семантику контента, которые оказались наиболее привлекательными для других пользователей или является самым популярным [245]. К примеру, активные социальные заявления в профиле будут способствовать большей привлекательности образа. Рилсы, созданные в русле модной тенденции и записанные под музыкальное сопровождение, которое находится в топе популярных записей, будет набирать большее количество просмотров и лайков, чем оригинальное видео, не повторяющее общий модный шаблон. При этом негативные комментарии и компрометирующие фотографии или сторис, неосторожные высказывания или неудачные репосты могут оказать обратный эффект [190]. Вместе с тем пользователи путем социального сравнения осуществляют коррекцию своего образа для максимального сближения с эталонным вариантом для расширения аудитории и повышения своей популярности [190, 221, 227, 242].

Таким образом, инструментальные психологические особенности отражают компетентность интернет-пользователя в отношении эффективного использования знаний, умений и навыков, определяют и регулируют объем виртуальной представленности личности, сложность и многомерность виртуальной проекции, а также успешность реализации мотивов, определяющих виртуальную активность. Вместе с тем данная группа психологических особенностей напрямую связана со следующим уровнем виртуальной личности, который включает самоописания и самопрезентации личности пользователя. Внутренняя структура задает объем и разнообразие характеристик, которые должны быть представлены в самоописаниях и самопрезентациях.

Четвертый уровень виртуальной личности представлен совокупностью представлений пользователя о собственном Я, отражающихся в самопрезентациях и самоописаниях виртуальной личности в сети, которые

обеспечиваются идентификационными психологическими особенностями виртуальной личности. На данном уровне закономерно выделить психологические особенности, которые регулируют процесс сбора, отбора и сопоставления отдельных характеристик с оценочными эталонами личности, и дальнейшее объединение их в самоописания и самопрезентации интернет-пользователя.

Зигмунд Фрейд определял роль идентификации в формировании собственного Я на основании эталона, образа другого. Ученый описал взаимоотношения Эго и Идеального Я: Я может сравнивать себя с Идеалом, стремиться к идеалу, испытывать чувство неполноценности под влиянием Идеала и стремиться к изменениям (совершенствованию) под влиянием Идеала [174]. Описанная З. Фрейдом теория хорошо соотносится с системой построения рейтингов в виртуальных сервисах. В отечественных исследованиях идентификация определяется как присвоенный набор характеристик. Посредством идентификационных психологических особенностей индивид присваивает человеческую сущность, происходит построение и развитие личности [96, 111, 122, 136]. В рамках деятельностного подхода идентификация рассматривается как эквивалент самосознания, который представляет собой результат включенности индивида в систему общественных отношений через осознание человеком собственного Я в соответствии с той деятельностью, которую он выполняет. А.Н. Леонтьев при рассмотрении самосознания разделял в процессе осознания человеком себя как личности, знание о себе и осознание себя [96]. И.С. Кон определяет самосознание как совокупность психических процессов, которые способствуют осознанию индивидом самого себя и формированию образа Я как совокупности представлений индивида о самом себе [86]. В.В. Столин также отождествляет идентичность и самосознание, определяя ее как сложную структуру, которая включает определение своей социальной целостности, уникальности и смысла своего существования, а также

представления о будущем, прошлом и настоящем, формирует адекватный его общественному и деятельному существованию образ своего Я [166].

В контексте взаимодействия пользователя и виртуального пространства идентификация представляет собой еще более сложный процесс, что обусловлено уникальными условиями, не типичными для реального пространства. Е.П. Белинская и А.Е. Жичкина рассматривали процесс виртуальной идентификации как совокупность двух направлений: через реконструкцию социальных идентичностей – перенос социальных признаков (пол, возраст, статус); через реконструкцию персональных идентичностей – ценности и смыслы деятельности пользователя, его субъективные параметры [21]. Следует отметить, что присвоение человеческой сущности посредством идентификации, описанное В.С. Мухиной, в контексте виртуального пространства, таким образом, представляет собой присвоение виртуальной сущности, что также сопровождается выстраиванием ее внутренней структуры [122].

Вместе с тем ученые подчеркивают открытость реальной идентичности, что обуславливает поиск альтернативных путей развития собственного Я и экспериментирование с собственной идентичностью, которые проявляются в самопрезентациях пользователя в виртуальном пространстве [21, 27]. Вместе с тем процесс идентификации в виртуальном пространстве в современных исследованиях рассматривается как явление виртуальной полиидентичности [21, 27], расширение в спектре идентификаций, связанное со свободой в конструировании образа, возможностью придания ему неограниченных характеристик и возможностью параллельного сосуществования нескольких проявлений в виртуальном пространстве [113], как совокупность множества готовых шаблонных образов, которые уже существуют в виртуальном пространстве [40, 41]. Д.Н. Погорелов и Е.Л. Солдатова утверждают, что виртуальное пространство выступает в качестве площадки для безграничных возможностей в манипуляциях в конструировании виртуальной идентичности.

По мнению ученых, пользователь создает символьную симуляцию. В качестве важнейшего инструмента для ее формирования определяются использование репостов, социально одобренной (лайками и комментариями) информации с утраченной уникальностью и скомбинированной из общественных текстов и ранее опубликованной информации [26, 28, 135]. Исходя из этого, построение описанной ранее модели виртуальной личности, позволяет внести ясность в вопросы множественности проявлений пользователя в виртуальном пространстве.

К. Янг включает в процесс создания виртуальной идентичности три основные стратегии: идеальное Я, отражение бессознательных компонентов Я (неосознаваемых или подавляемых психологическими защитами), создание универсальной модели Я, удовлетворяющей требованиям любой виртуальной платформы [246]. Таким образом, ядерными составляющими процесса идентификации в виртуальном пространстве и формирования виртуальной личности являются набор характеристик пользователя, составленный и иерархизированный им самим, а также оценка каждой из данных характеристик, определяющая их значимость для пользователя. Следовательно, идентификационные психологические особенности строятся на построении иерархии характеристик собственного Я и на сопоставлении их с эталоном (идеальным Я).

Р. Бернс утверждал, что в процессе описания своего Я личность выражает свои характеристики через обозначение атрибутивных, ролевых, статусных, психологических показателей, которые в образе Я имеют различный удельный вес, связанный с той значимостью, которую личность им придает [23]. Он подчеркивал, что перечень параметров, при помощи которых личность описывает свое Я, воспринимается каждым человеком аффективно, через оценки и эмоции разной интенсивности. Источником оценочных значений различных представлений индивида, по мнению ученого, выступают реакции окружающих людей на его проявления и результаты наблюдения за собственными

проявлениями [23]. При этом Роберт Бернс объявляет тождественность понятий самооценка и самоотношение, которые он объединяет общей характеристикой: «личностное суждение о собственной ценности». Он утверждает, что результатом эмоционально-оценочного анализа выступает принятие собственного Я или непринятие (ценность и малоценность). Таким образом, оценка собственного Я (своих характеристик) представляет индивидуальное суждение о собственной ценности [23]. Самоценность, по мнению Роберта Бернса, формируется путем сопоставления, сравнительного анализа идеального и реального Я [23, 33].

В отечественной науке В.В. Столин на базе подхода А.Н. Леонтьева разработал концепцию самоотношения, базирующуюся на личностном смысле и представляющую собой модель, в рамках которой самоотношение воспринимается как процесс, внутри которого характеристики собственного Я оцениваются в рамках мотивов и потребностей, в частности потребности в самореализации [97, 165]. Самоотношение реализует свою базовую функцию на трех уровнях: личность, деятельность и личность как субъект деятельности и самосознания как смыслового ядра личности [85, 177]. С.Р. Пантеев очень точно описал взаимосвязь ситуативного фактора и формирования самоотношения. Согласно его теории, различные ситуации развития формируют определенную иерархию деятельностей и соответствующих мотивов и ценностей, которые задают рамки и эталоны для осмысливания собственных характеристик и формирования представлений о собственном Я, и наделяет их личностным смыслом [127].

В контексте виртуального пространства, вполне очевидно подсвечивается наличие нестандартных или не в полной мере стандартных ситуаций, которые оказывают влияние на формирование эмоционально оценочной системы в целом и виртуальной личности в частности. К примеру, в виртуальном пространстве набирают популярности интернет-тесты различной направленности профориентационные (Какая профессия тебе больше всего подходит?),

самооценочные (Сможете ли Вы выжить в тайге?), идентификационные (В какой стране Вы сойдете за своего?», «Кто ты из Гарри Поттера?»), или «Ответь на 5 вопросов, проверь свой кругозор!» и так далее. Проведенные исследования показали взаимосвязь между ясностью самопонимания и уровнем рефлексивности с мотивацией прохождения подобных тестов [179]. Вместе с тем оценка собственных характеристик базируется на реакциях других пользователей. Подобные реакции проявляются в виде лайков, комментариев и репостов. Например, исследования показывают связь между чрезмерным увлечением селфи и стремлением получения положительных оценок для компенсации негативного самоотношения [158]. В нетипичных условиях виртуального пространства меняются индикаторы субъективного личностного отношения и оценки собственного Я [26, 27, 166]. В виртуальном пространстве оценки других пользователей имеют количественный эквивалент, который проявляется в количестве лайков, отзывах, подписчиков (фоловеров). Современные психологические исследования доказали весомую роль социальной поддержки в качестве ресурса субъективного благополучия личности [37].

Важным фактором в оценке собственных характеристик становится социальное сравнение [3, 27, 28, 172]. В основе социального сравнения во многом лежат оценочные механизмы. Пользователь постоянно вынужден оценивать других, оценивать запросы и требования аудитории и оценивать себя, свои проявления и изменения. Вместе с тем вся рейтинговая система виртуальных площадок строится на оценках пользователей. Пользователи оценивают друг друга, результаты деятельности свои и других и на этом выстраивают свое отношение к другим и своему собственному Я. Значимым становится определение соотношения таких модальностей Я как реальное Я и идеальное Я в контексте виртуального пространства. Таким образом, на четвертом уровне виртуальной личности выделяются идентификационные психологические особенности, которые определяют состав характеристик,

которым пользователь придает значение и которые определяют смысловую (содержательную) нагрузку виртуальной личности. Данные психологические особенности регулируют процесс построения самопрезентации, так как именно они позволяют осуществить отбор значимых характеристик для формирования виртуальной личности пользователя, необходимого для выстраивания взаимодействия с другими пользователями. При этом отбор характеристик и выстраивание их оценки базируется на более глубинном уровне, затрагивающем категориальные системы личности, ее установки и убеждения, что подчеркивает связь идентификационных психологических особенностей со следующими уровнем виртуальной личности. Исходя из этого, анализ психологических особенностей виртуальной личности и рассмотрение присущих каждому ее уровню процессов, позволяет выделить достаточно широкую группу психологических особенностей, включающую когнитивные, мотивационные, инструментальные и идентификационные предикторы. Выявленные психологические особенности виртуальной личности закономерно объединить в глобальную группу индивидуальных особенностей, в связи с тем, что в них прослеживается внутренняя природа существования, обусловленная тем, что их источником выступает реальная личность пользователя и ее индивидуально-психологические характеристики.

1.3. Теоретический анализ основных характеристик виртуального пространства и уникальных условий, оказывающих влияние на виртуальную личность интернет-пользователя

Осмысление особенностей и характеристик виртуального пространства следует начать с истоков становления концепта «виртуальность» и всех от него производных. Процесс постижения сути виртуальности берет свое начало в размышлениях об особенностях реальности и ее характеристик. Латинское слово *virtus* считается основой современного термина виртуальный. Н.А. Носов в своих работах также проводит аналогию между термином виртуальный и античным

словом *virtus*, которое толкуется как мужественность, мужество, энергия, сила, доблесть, доблестные дела, героические подвиги, превосходное качество [112, 125]. Исходя из анализа современных научных работ по данной теме, в античной философии можно выделить два направления в осмыслении сущности виртуального: платоновское и аристотелевское направления. Платоновский подход рассматривает виртуальное в качестве отражения реального, противопоставляя одно другому [134]. Аристотелевский подход основан на проблеме соотношения актуального и потенциального [8]. Современные ученые не имеют единого мнения о теоретических истоках понятия виртуальный. Часть ученых считают автором Платона (Б.М. Галеев, В.А. Гермашова, В.А. Емелин и др.) [44, 48, 62], другие же находят первоисточники в трудах Аристотеля (О.И. Немыкина, Е.Е. Таратута) [123, 168]. Стоит отметить, что осмысление виртуального в современном понимании данного слова весьма условно, так как строится в основном на проведении аналогий между античными теориями и современными научными данными.

Платон в своих трудах затронул вопросы структуры бытия. Его теория объективного идеализма описывала окружающую действительность как иллюзию или отражение истинной реальности [44, 48, 60]. В идеях Платона мир материальных вещей противопоставляется миру идей, как виртуальное противопоставляется реальному. Идеальный мир представляет собой основание для реальной действительности, которая является подобием идеального мира. Реальный мир обладает более низким онтологическим статусом, он изменчив и непостоянен [134]. Аристотель рассматривает виртуальное с точки зрения идеи о потенциальном (возможность) и актуальном (энергия) бытии. Философ полагал, что все объекты и явления возникают из возможности и обретают законченный вид в действительности (актуальности) [8, 60, 123]. Таким образом, античная философия рассматривала виртуальное не как самостоятельный концепт, а в качестве характеристики, позволяющей уточнить особенности реальности.

Средневековая философия во многом продолжила научные традиции античности в вопросе виртуальности. Однако единицами противопоставления стали выступать божественный мир и мир людей. *Virtus* приобрел значение активного начала, первопричины всего сущего. Категория виртуальности стала ключевым элементом в проблемах схоластики, относящихся в частности к возможности сосуществования реальностей разного уровня, образования сложных вещей из простых, энергетического обеспечения акта действия, соотношения потенциального и актуального [6, 59, 124, 163, 173, 208]. Николай Кузанский утверждал, что семя виртуально содержит в себе дерево, способность семени обрести форму. Таким образом, потенциальное в понимании ученого отличается от античной трактовки и означает скорее истинное, чем просто возможное [163, 173, 208]. Августин Блаженный, в свою очередь, считал, что условием самосознания души является виртуальность, как способность отделения телесного (мнимого) от истинного [2, 123, 168]. Таким образом, философия средних веков рассматривала виртуальное с точки зрения проявления различных сущностей, которые обладают значительным онтологическим статусом. Наивысшая степень проявления бытия, по мнению средневековых философов, принадлежит Богу, представляющему воплощение полного бытия. Также важной особенностью данного этапа является конструирование иерархической структуры реальностей и установление взаимосвязи между высшими и низшими реальностями.

В Новое время все реальности сливаются в единую природную действительность. Научная картина мира на данном этапе развития знания исключает божественную природу реальности и постулирует онтологическое единство в природной реальности. При этом созданная схоластами идея силы и энергии виртуального сохранилась в новой научной картине, однако приобрела очертания космического масштаба, повлекшее за собой развитие внутренней противоречивости научной парадигмы Нового времени [13]. В Новое Время значение слова *virtualis* и корня *virt-* в частности усложняются и обретают новые

семантические грани. Различия в понимании данного термина к концу XVIII в. приобрели существенный характер и в различных европейских языках [168]. Рене Декарт в своих исследованиях занимался поиском подлинных источников существования материального мира. Он сформулировал одну из важнейших проблем – проблему определения реальной реальности, отделения сна от яви [53]. И. Кант полагал, что люди выстраивают псевдомир из своего понимания окружающих событий и собственного опыта, при этом объективная реальность остается за пределами человеческого понимания и является виртуальной [73, 74]. Э. Гуссерль разработал интенциональную теорию восприятия реальности. Ученый полагал, что онтологический статус объекта определяется его смысловой наполненностью в сознании конкретного индивида [52]. Таким образом, философия данного периода заостряет внимание на восприятии и осмыслении реальности. Главным вопросом науки становится возможность установления реальности действительного мира. Все реальности сливаются в единую природную действительность. Реальность человеческого сознания выступает в качестве настоящей реальности, которая включает в себе все смыслы окружающей действительности.

Новое научное осмысление виртуальной реальности осуществлялось в рамках постструктуралистского дискурса и философии постмодернизма, основополагающим принципом которых является преодоление в современной культуре и науке центризма. Виртуальная реальность анализировалась как явление, сконструированное техническими средствами массовой информации, которое представлено кинематографом, новостными программами и т.д. [57]. Представители современной французской философии – философии постмодернизма (М. Фуко, Ж. Делез, Ж. Лакан, Ж. Деррида, Ж. Бодрийяр) по-разному интерпретировали понятие виртуального: пространство воображаемого, призрачного (Ж. Деррида), пространство симулякров (Ж. Бодрийяр, Ж. Делез), виртуальное и актуальное как противоположности, виртуальное в противовес оформленному, структурированному (Ж. Делез), виртуальное

противопоставляется реальному (Ж. Бодрийар), виртуальное и потенциальное как противоположные действительности (К. Мейясу) [10, 29, 30, 54, 55, 58, 119, 125]. Ж. Деррида разработал свой концептуальный подход в понимании виртуального на основе принципа призрачности как базового свойства всего виртуального [10]. Ж. Бодрийар характеризовал виртуальный объект как симулякр – слепок реальности. Альтернативность реальности состоит в ее замещении виртуальностью, созданной при помощи технических средств и инструментов. Виртуальность замещает реальность [10, 29, 30]. Таким образом, философия постмодерна постулирует виртуальность через контекст проблемы оригинала и копии, знака и симулякра. Виртуальная реальность обретает понимание симуляции действительности, симулятивного пространства, наполненного призраками знаков, которые утратили референтное соотнесение с источником.

Девяностые годы двадцатого столетия внесли коррективы в понимание и осмысление виртуального. В Новое время виртуальное получило новый статус – научного понятия, что привело к технологизации термина и обретению им нового дополнительного смысла. Данные тенденции привели к популярности виртуального и вместе с тем к разрушению единой семантической траектории в осмыслении данного понятия. Именно в таком значении виртуальное заняло свое место в компьютерных науках. Появление разветвленной сети компьютеров позволило создать интерсубъективную реальность, которая и получила название виртуальная. В научных кругах термин «виртуальная реальность» приписывают авторству Жарона Ланье. Трансформация виртуального в виртуальную реальность привела к выходу данного понятия далеко за пределы исключительно компьютерного понимания, связанного с работой машин и технологиями [124]. По мнению Н.А. Носова виртуальная реальность стала частью психологической культуры, преодолев статус средства удовлетворения потребностей, тем самым приобретая важнейшее значение в понимании и изучении тех процессов, которые с ней связаны. Виртуальная реальность приобрела роль психологической

реальности, что вызвало необходимость осмысления ее психологической модели и запустило процесс формирования виртуальной психологии [125]. Н.А. Носов в своих работах, посвященных, виртуальной психологии во многом раскрыл свойства виртуальной реальности, которые уточняются и дополняются в современных исследованиях. Ученый заложил основу для понимания взаимозависимости реальностей разного порядка и наметил особенности психологического содержания данных процессов [125].

Таким образом, в конце двадцатого столетия начале двадцать первого виртуальность обретает новый смысл и соотносится с пространством, созданным техническими средствами. Концепт виртуальная реальность все меньше соотносится с метафизическими теориями и все больше тяготеет к интерпретации через цифровую повседневность современного человека. Становится необходимо важным уточнить терминологические и концептуальные границы понятий виртуальное пространство, виртуальная реальность, виртуальная среда. Вместе с тем необходимость поиска адекватных методологических подходов определяют широкое использование в современной науке концептов виртуальная среда и виртуальное пространство.

Виртуальная реальность как концепт имеет долгую историю становления от рассмотрения ее в плоскости наличия уровней реальности до анализа различных модальностей реальности. В современной науке она рассматривается как симуляция реальности, воспроизводящая мир или конкретную ситуацию, имитирующая воздействие и реакции на воздействие. Дж. Ланье определял виртуальную реальность как иммерсивную и интерактивную имитацию реальности и вымышленных сред [126]. И.А. Акчурин, С.Н. Коняев и В.М. Розин обозначили отдельные виды виртуальных реальностей: компьютерная, собственно виртуальная реальность и виртуальное состояние пользователя, обусловленное нахождением в виртуальной реальности [4] Исходя из этого, виртуальная реальность представляет собой созданным техническими средствами имитацию мира, в которую пользователь погружается

при воздействии на органы чувств (зрительную, слуховую, осязательную модальности), а дополненная реальность, в свою очередь, лишь добавляет в реальный мир виртуальные элементы, накладывая их на реальное окружение [116, 185]. Вместе с тем важным для понимания теоретических границ понятий виртуальная реальность и виртуальное пространство выступает концепт «дополненная реальность». Данный феномен, раскрывается через его функциональную особенность – дополнение реального мира, физической действительности при помощи цифровых инструментов (текстовых, анимационных, визуальных: картинки, иконки 3D-объекты), которые реализуются в режиме реального времени. Таким образом, в реальном пространстве объединяются физические и виртуальные объекты, виртуальные элементы проецируются на объекты реального мира [157, 171, 220].

Для исследовательской действительности решающим является определение понятия виртуальная среда. А.А. Реан писал, что среда – это окружающие человека общественные, материальные и духовные условия его существования, те факторы, которые окружают человека и воздействуют на его развитие; единство объективно существующих и субъективно воспринимаемых стимулов, сопровождающих человека на протяжении его жизни и задающих все виды его активности, субъективно переживаемая человеком объективная реальность, как множество внешних возможностей, обеспечивающих удовлетворение потребностей [144]. Т.Г. Дичев определяет понятие «среда» как «часть материального мира, конструируемую из совокупности естественных и социальных компонентов, находящихся в непосредственном взаимодействии с человеком» [58]. Таким образом, **виртуальная среда** – это совокупность факторов внешнего воздействия, условия, к которым приспосабливается пользователь в процессе взаимодействия с отдельными проявлениями виртуальных процессов. Решающим для реализации целей исследования выступает интеграция всей совокупности проявлений виртуальных явлений и

объектов в одной концепции, которая может быть описана категорией «виртуальное пространство».

Виртуальное пространство в современных исследованиях рассматривается как смоделированное техническими средствами система объектов (протяженность), имеющих определенные места (адреса) и фиксированные положения, населенная совокупностью пользователей, выстроенных в систему; вместилище, задающее сущность и способ существования находящихся в нем объектов и неразрывно связанное с их положением и временем (хронотоп) [188, 191, 195]. В.В. Касьянов определяет виртуальное пространство как бесконечное количество мест, которые претендуют на конкретность и реальность [79]. Впервые понятие «виртуальное пространство» предложил социолог М. Кастельс, который изучал данный феномен с точки зрения многообразия социальных связей, местом для реализации которых выступает виртуальное пространство. По мнению ученого в виртуальном пространстве формируется уникальная система социального взаимодействия – сетевое общество [78]. При этом данное виртуальное общество оказывает весомое воздействие не только на социальные компоненты, но и видоизменяет ценностно-смысловую сферу пользователя [63, 64]. Также рассматривая сущность понятия «виртуальное пространство» следует обратиться к базовым характеристикам концепта «пространство». Пространство – это часть материального мира, в которой объекты воспринимаются с точки зрения их места и положения относительно друг друга, форма бытия материи. Одна из форм (наряду со временем) существования бесконечно развивающейся материи, характеризующаяся протяжённостью и объёмом [182].

Виртуальная реальность представляет собой симуляцию реального мира, созданную техническими средствами, и строится на базе воздействия стимулов на органы чувств пользователя для формирования погруженного состояния. Виртуальная среда по своей сути является совокупностью факторов внешнего воздействия, условий, к которым приспосабливается пользователь в процессе

взаимодействия с отдельными проявлениями виртуальных процессов, единство объективно существующих и субъективно воспринимаемых стимулов, сопровождающих человека на протяжении его жизни и задающих все виды его активности. Виртуальное пространство, в свою очередь, является понятием более широким. Оно представляет собой смоделированную техническими средствами систему объектов, имеющую свое сетевое общество и разветвленную социальную структуру, систему объектов, имеющих определенные места и фиксированные положения, вместилище, задающее сущность и способ существования находящимся в нем объектам и субъектам (пользователи). Виртуальное пространство включает в себя все многообразие взаимодействий индивида с виртуальным миром, которые характеризуются помимо погружения, также виртуализацией сознания и самосознания, формированием нового мировоззрения и категориальных схем личности, ощущением принадлежности к особой виртуальной субкультуре.

Согласно теории С.Н. Смирнова о взаимодействующих системах виртуализация охватывает зоны расширения пространств, при этом периферийные зоны, свойства и параметры исходных взаимодействующих систем сохраняют свои качественные специфики, но воздействуют на процессы взаимодействия, сохраняя свою относительную стабильность [159]. Данная теория позволяет заявить о наличии еще одной группы психологических особенностей, которые участвуют в формировании виртуальной личности и отражают данные периферийные явления — группа **конъюнктурных психологических особенностей**, внешних по своей природе существования и по отношению к личности пользователя, но тесно с ней связанные. Для виртуального пространства в качестве подобных свойств выступают особенности и параметры самого пространства, его уникальные свойства. Когнитивный подход и теория конструктивизма позволяют сделать вывод о фиксации подобных психологических особенностей в процессах построения ментальных конструкций при анализе и интерпретации взаимодействия

личности с виртуальным пространством, совокупностью его проявлений. Данную группу психологических особенностей можно озаглавить термином «конъюнктурные», так как они отражают особенности условий, характерных для виртуального пространства. Анализ уникальных характеристик виртуального пространства логично строить на теории Н.А. Носова, который выделил порождённость, актуальность, автономность, интерактивность в качестве базовых дескрипторов [125]. Вместе с тем, анализ теоретических и практических исследований позволяет дополнить и уточнить данный перечень следующими дескрипторами: анонимность, бестелесность, знаковый характер существования, трансцендентность, онтологическая ущербность, симулятивный характер взаимодействия, обратимость, нелинейность времени, отсутствие границ пространства, инициативный характер взаимодействия (Таблица 7).

Характеристики виртуального пространства являются стабильным компонентом для данной системы и уникальным для вступающей во взаимодействие системой «личность». В ходе интериоризации данные характеристики воздействуют на психологические структуры и личностные характеристики пользователя, трансформируют его идентичность, понимание своего Я и его места в современном мире, меняют образ Я и интерпретацию индивидуального опыта. Уникальные условия виртуального пространства создают практически безграничные возможности для проявления активности в разных формах. Пользователь получает уверенность в полном контроле над проявлениями своего Я в виртуальном пространстве, в безграничности своих возможностей, отсутствии ответственности. Вместе с тем пользователь сталкивается с трудностями недовольности и отсутствия онтологической целостности, что выражается в стремлении компенсировать знаковость существования, бестелесность и ограниченность в невербальных проявлениях. Данные явления напрямую влияют на то, как пользователь воспринимает свое Я и описывает его. Феномен самообнаружения в виртуальном пространстве приводит к глубинным изменениям в психологических структурах личности

пользователя. При этом виртуальное пространство является источником нового уникального опыта, значительная часть которого невозможна в реальном пространстве. В первую очередь, речь идет о жизни и смерти в сети. В виртуальном пространстве смерть обратима, она влечет за собой новое начало, новый образ или роль. Играя с идентичностью и образами, пользователь может реализовывать себя в разнообразных ролях, обогащать себя новыми возможностями и новым индивидуальным опытом, при этом ощущая относительную безопасность. Виртуальное пространство создает безграничные возможности для управления впечатлением. Самопрезентации личности управляемы и контролируются самим пользователем. Таким образом, пользователь уверен, что в полной мере контролирует проявления своей личности в сети.

Характеристики виртуального пространства

Характеристика виртуального пространства	Дескрипторы характеристики	Влияние на личность пользователя	Автор концепции
Анонимность	отсутствие непосредственного контакта и постоянного визуального контакта, возможность сокрытия реальных личных данных	представление о снижении социального риска ответственности, социального контроля, безнаказанности и вседозволенности возможность вариативности образов Я, почти абсолютно управляемое впечатление приводит к усреднению виртуального образа Я пользователя	В. Фриндте, Т. Келер [175]; Дж. Сулер [234]; К.С. Янг [246]; В.Д. Секерин, М.Н. Дудин, А.Е. Горохова, В.И. Гайдук, В.И. Волков [231]; Б. Бейкер [193]; И.М. Рейд [226]; Е.П. Белинская, А.Е. Жичкина [21]; Д.Н. Погорелов, Е.Л. Солдатова [135]; И.В. Сапон [153];
Бестелесность, знаковый характер существования	отсутствие основных маркеров телесности, паралингвистических, кинетических и других невербальных средств, аффективного компонента, телесная экспрессия пользователя, его активность в пространстве не выражены, любые формы организации предметно-фигуративного пространства коммуникации остаются за пределами взаимодействия	визуальный парадокс в форме дилеммы визуального контакта, манипуляции и сокрытие в паралингвистических и невербальных проявлениях, компенсация аффективных проявлений через знаково-символьную систему, создание аналогов пренебрежительное отношение к собственным телесным характеристикам, которые находят свое отражение и в реальной жизни пользователя, недифференцированный психологический пол, изменение восприятия образа тела	А.Н. Исаева [75]; М. Каллахан [193]; О.А. Пикулёва [132, 133]; В.В. Афанасьева [11, 12]; В.В. Сенченко [156];
Трансцендентность	возможности преодоления границ, выход за пределы привычного образа жизни, обретение новых смыслов в самопознании и саморазвитии, выход пользователя за свои собственные границы	воплощение в новые формы, самообнаружение в новом пространстве при некотором отрыве от себя, достраивание своего Я как проекта через планомерное дистанцирование от реальности и продолжения себя через движение вовне, за пределы своих границ, бездомность, отсутствие дома – ирреализация пользователя	З.С. Завьялова [67]; Е.А. Лобовикова [101]; А.И. Лучинкина [108];

Онтологическая ущербность	виртуальные объекты и явления имеют частичное или недовоплощенное состояние, отсутствие отдельных сущностных характеристик явлений и объектов реального пространства, в недоопределении человеческого существования до целого, в недовыраженности онтологических свойств	существование и активность пользователей проявляется как стремление преодолеть недостаточность и недовоплощенность, онтологическую ущербность, недостаточность самоидентификации, возникновение чувства неудовлетворенности и беспокойства формированию экзистенциального вакуума, возникают трудности смыслообразования и уменьшается ощущение осмысленности жизни	В.В. Афанасьева [12]; Н.В. Коптева [87]; Е. Е. Таратута [168]; С.С. Хоружий [180];
Симулятивный характер взаимодействия	технические средства виртуального пространства трансформировались, они перестали отражать реальную действительность и стали ее симулировать	Я замещается Я-формой, новый виртуальный опыт деперсонализирован, не имеет собственной антропологической размерности, слияние реального субъекта и симулякра путем ментального переноса в новую реальность, теряется связь с реальными, физическими, телесноопределенными	А.В. Зябрина, З.Г. Максюткова [71]; В.А. Емелин [62];
Обратимость нелинейность времени	время виртуального пространства многомерно, относительно, возвратно, может проявлять себя в виде момента и в виде бесконечного течения, вызывает затруднение разграничения прошлого, настоящего и будущего	хронотоп, закономерная связь пространственно-временных координат нарушается, функции «отмена», «перезагрузка», «удаление» создают практически неограниченные возможности в манипуляции временем, позволяют перепроживать отдельные эпизоды виртуального существования, переиграть любые ситуации	Е.О. Самойлова [152]; А.И. Лучинкина [108]; С.А. Правдюк [137]; А.В. Зябрина З.Г. Максюткова [71];
Отсутствие границ пространства	затруднено определение границ пространства, как внешних, так и внутренних, внешние границы постоянно меняются в связи с непрерывным моделированием реальности, пространственная близость затруднена в определении	стирание границ идентификации с социальной группой, растворение социальных статусов и ролей, критерием социальной идентификации становится принадлежность к виртуальному сообществу	Е.В. Говердовская, Н.В. Добычина [49]; Дж. С. Донат [199]; Т. Келер, В. Фриндте [173]
Инициативный характер взаимодействий, множественность контактов.	неограниченный выбор времени и круга общения, условия для множественных одновременных контактов	возможность осуществления контроля за рамками времени и условий процесса контакта, свобода в избрании партнера, единовременность контактов с различными пользователями, прерывание контакта в удобное время, возможность отложенного контакта	О. А. Пикулёва [132, 133]; И.С. Шевченко [181]; С. Эванс [209].

Виртуальное пространство включает в себя все многообразие взаимодействий индивида с виртуальным миром, которые характеризуются помимо погружения, также виртуализацией сознания и самосознания, формированием нового мировоззрения и категориальных схем личности, ощущением принадлежности к особой виртуальной субкультуре. Вместе с тем виртуальное пространство одновременно занимает позицию инструмента формирования и среды где данные процессы запускаются и развиваются, что также накладывает отпечаток сам процесс взаимодействия (личности и виртуального пространства). Таким образом, терминологические границы рассмотренных концептов и их соотношение, а также особенности взаимодействия личности и виртуального пространства можно выразить следующей моделью (Рисунок 2).

Исходя из этого, взаимодействие личности и виртуального пространства является взаимопроникновением отдельных частей каждой из систем друг в друга. Вместе с тем взаимодействие как психологическая категория выражается во взаимном изменении взаимодействующих элементов. Отсюда следует характеристика контакта как активности двусторонне направленной, подразумевающей взаимное влияние личности и виртуального пространства.

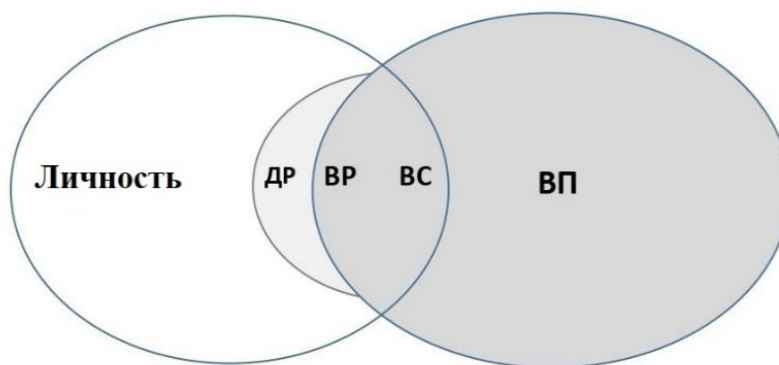


Рисунок 2. Модель осуществления взаимодействия личности с виртуальным пространством (ДР – дополненная реальность, ВР – виртуальная реальность, ВС – виртуальная среда, ВП – виртуальное пространство)

При этом взаимодействие осуществляется посредством канала связи, который создается совокупностью общностей взаимодействующих элементов, и представляет тождество взаимодействующих систем в зоне контакта и

сохранение на периферии свойств и параметров исходных взаимодействующих систем, которые сохраняют их качественную специфику (индивидуально-личностные характеристики пользователя и факторы и свойства виртуального пространства) [94, 159].

Таким образом, процесс перехода пользователя между пространствами и взаимное проникновение двух систем (личность и виртуальное пространство) в рамках данного исследования выступает в качестве одного из фундаментальных постулатов. Данный процесс приводит к расширению субъективного опыта пользователя, опыта переживания собственного присутствия в пространстве. Понятные, выстроенные веками процессы, замещаются симуляциями [72]. Вариативность и изменчивость виртуального пространства вызывают необходимость постоянной адаптации, гибкого анализа и интерпретации окружающей действительности для выстраивания чувственно-эмпирической модели понимания собственного Я.

Для понимания природы взаимодействия человека с виртуальным пространством, а также сущности феномена «виртуальная личность», ключевое значение имеет психический процесс отражения. Оно представляет собой внутренний результат этого взаимодействия, проявляющийся в виде соответствия между элементами двух систем. В ходе взаимодействия в отражение преобразуется лишь та информация, которая согласуется с характеристиками отражающей системы [97, 98, 99, 159]. Таким образом, виртуальную личность можно рассматривать как перенос реальных черт человека в цифровую среду. Способность к отражению, формирующаяся в процессе трансформации, становится основой для создания виртуального образа пользователя. Как отмечал Смирнов С.Н., отражение возникает не просто под влиянием внешнего воздействия, а требует активного взаимодействия, в котором проявляется внутренняя сущность объекта [159]. Леонтьев А.Н. подчеркивал, что внутреннее содержание личности раскрывается через внешние условия, что приводит к её изменению и развитию [97, 98, 99].

Исходя из этого, виртуальная личность – это процесс внешнего выражения внутренних качеств субъекта через взаимодействие с цифровыми объектами. На основе данных концепций можно построить модель (Рисунок 3), демонстрирующую ключевые аспекты взаимодействия системы «личность» с системой «виртуальное пространство», а также механизмы формирования новой системы – «виртуальная личность».

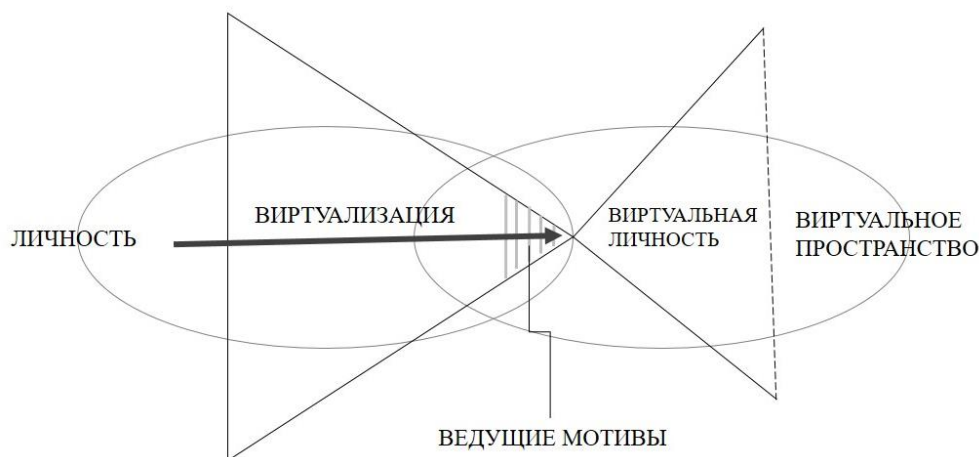


Рисунок 3. Концептуальная модель процесса взаимодействия личности интернет-пользователя с виртуальным пространством

Адаптация пользователя и интериоризация результатов нового опыта запускается и реализуется посредством виртуализации всех атрибутов личности. Современные научные изыскания рассматривают виртуализацию как динамическую характеристику проникновения цифровых технологий во все сферы общественной жизни [149, 150, 151]. Данные изменения затрагивают все элементы системы личности и проявляются в психологических особенностях взаимодействия пользователя с виртуальным пространством, что приводит к виртуализации всей совокупности атрибутов личности [11, 12, 15, 22, 72, 80, 82]. Исходя из этого, виртуализация представляет собой процесс активного освоения виртуального пространства, его осмысления и наполнения смыслом и значением всех его проявлений, что влияет напрямую на трансформацию личности интернет-пользователя путем реализации различных форм активности, иерархизации разнообразия

контактов и связей с окружающей действительностью, а также встраиванию полученного опыта во внутреннюю реальность личности, установления соотношения мотивов и системы личностных смыслов.

Исходя из этого, виртуализация выступает ключевым процессом во взаимодействии личности и виртуального пространства, и, вместе с тем в формировании виртуальной личности. Данные выводы позволяют сделать заключение о наличии отдельных психологических особенностей виртуальной личности, напрямую связанных с процессами **виртуализации**, и напрямую влияющими на ее формирование. В рамках деятельностного подхода процесс виртуализации атрибутов личности закономерно разделить на три компонента: когнитивный, аффективный и поведенческий, которые также соответствуют выделенным ранее уровням виртуальной личности, и раскрывают процессы, происходящие в зоне взаимного проникновения двух взаимодействующих систем.

Когнитивный компонент представляет собой совокупность познавательных процессов, которые участвуют в анализе и обработке информации, сам процесс анализа, интерпретации и преобразования данной информации, а также процесс ее интериоризации. Поведенческий компонент объединяет совокупность активных действий субъекта в виртуальном пространстве и отражает виртуализацию активности пользователя. Аффективный компонент отражает направленность личности в отношении процесса контакта с виртуальным пространством и его проявлениями, совокупность оценочных значений в интерпретации полученного опыта и его результатов. Данные компоненты лежат в основе отдельных психологических особенностей, которые в рамках общего процесса виртуализации оказывают прямое влияние на виртуальную личность и могут быть обозначены в соответствии со своими особенностями следующими терминами: **погруженность, включенность и вовлеченность.**

Погруженность включает в себя предпочтение к созданию условий изолированности от реального мира путем использования дополнительных

средств (наушников), что создает помехоустойчивость контакта с пространством и вызывает сенсорную стимуляцию органов чувств, что также приводит к усилению погружения. При этом для высокого уровня выраженности данного показателя характерно формирование эмоциональных переживаний в отношении воспринимаемой информации, а также формирование эффекта присутствия в виртуальном пространстве, что обуславливает устойчивое длительное погружение во взаимодействие с виртуальным пространством, формирование потери осязаемости временного потока. Также для данного показателя характерна фиксация предпочтения пользователей в максимальной реализации виртуального мира, это отражается также в использовании аудио и видео эффектов в процессе общения с другими пользователями для имитации реального взаимодействия.

Вовлеченность определяется степенью привязанности личности к различного рода виртуальным объектам, процессам и виртуальному пространству в целом. Находит свое выражение в ощущении устойчивой принадлежности к виртуальному миру, ролям, которые находят в нем свою реализацию. Высокие показатели по данной шкале отражают высокую степень доверия к информационному наполнению платформ, высокую степень значимости реакций со стороны других участников взаимодействия (других пользователей). Вместе с тем выраженность данного показателя связана с принятием правил и норм пространства и стремлении к их соблюдению и защите от посягательств.

Включенность включает в себе сформированное, устойчивое ощущение себя находящимся внутри пространства, представляющего собой активную среду, где пользователь занимает место актора, реализующего какой-то конкретный вид виртуальной деятельности или иерархии деятельностей. Показатели по описанной шкале демонстрируют степень психического соотнесения себя с конкретной виртуальной деятельностью, готовности к слиянию с определенного рода виртуальной активностью с максимальной отдачей процессу осуществления. Данная шкала отражает

включенность пользователя в довольно широкий диапазон активностей: участие во взаимодействии на более чем трех виртуальных платформах, активное распространение разного рода информации, включая личные фото и видеоданные, активное участие в деятельности различных сообществ, обмен сообщениями и комментирование контента.

ВЫВОДЫ К ГЛАВЕ 1

1. Анализ теоретических концепций позволил установить, что виртуальная личность выступает в качестве необходимого элемента в переходе между пространствами и организует присутствие пользователя в виртуальной среде, в качестве фиксации в разветвленной виртуальной структуре, способствует удовлетворению потребностей пользователя через возможности виртуального пространства, организацию виртуальной активности пользователя, тем самым способствуя приобретению нового индивидуального опыта.

2. Комплексный анализ научных исследований позволил сформулировать рабочее определение «виртуальная личность», которое представляет собой проекцию реальной личности в виртуальное пространство, ее функциональное расширение, способствующее освоению нового индивидуального опыта (виртуального), сформированную в процессе взаимодействия пользователя и виртуального пространства, обладающую свойствами субъекта и включающую отдельные характеристики личности.

3. Сформулированное рабочее определение позволило создать концептуальную модель, отражающую основные параметры данного феномена. Согласно этой модели, виртуальная личность включает четыре уровня: когнитивный, мотивационный, инструментальный и идентификационный уровни.

4. Регуляция, организация и существование каждого уровня виртуальной личности осуществляется посредством реализации конкретных психологических особенностей, которые выступают в качестве средства установления внутренней связи и зависимости компонентов виртуального пространства и личности пользователя.

5. Выделена группа индивидуальных психологических особенностей, которая включает когнитивные, мотивационные, инструментальные, идентификационные особенности виртуальной личности. В них

прослеживается внутренняя природа существования, обусловленная тем, что источником данных психологических особенностей выступает реальная личность пользователя.

6. Установлены теоретические границы концепта «виртуальное пространство», которое является понятием более широким, чем виртуальная реальность, дополненная реальность и виртуальная среда. Оно представляет собой смоделированную техническими средствами систему объектов, имеющую свое сетевое общество и разветвленную социальную структуру. Данное заключение позволило сформулировать теоретическую модель взаимодействия личности и виртуального пространства, которая представлена активным взаимным проникновением, что позволило выявить отдельную группу психологических особенностей виртуальной личности – конъюнктурных.

7. Группа конъюнктурных особенностей является внешней по своей природе существования и по отношению к личности пользователя, но тесно с ней связанной и выступающей в качестве осевой структуры для уровней виртуальной личности. В данную группу психологических особенностей включены процессы виртуализации (погруженность, включенность и вовлеченность).

ГЛАВА 2. МЕТОДОЛОГИЯ И МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ ПОСТРОЕНИЯ ЭМПИРИЧЕСКОГО ИССЛЕДОВАНИЯ ПСИХОЛОГИЧЕСКИХ ОСОБЕННОСТЕЙ ВИРТУАЛЬНОЙ ЛИЧНОСТИ ИНТЕРНЕТ-ПОЛЬЗОВАТЕЛЯ

Во второй главе описана разработанная теоретическая модель исследования, которая учитывает все элементы системы виртуальной личности интернет-пользователя, обозначены основные эмпирические задачи исследования психологических особенностей виртуальной личности интернет-пользователя, определены методы и техники сбора эмпирических данных, а также их обработки и анализа, описаны статистические критерии и методы, используемые для обработки и анализа эмпирических показателей, обозначен объем выборки, ее общие характеристики, критерии формирования, определены и описаны основные этапы реализации эмпирического исследования, описаны методологические основы (научные парадигмы и подходы), раскрыты основные методологические проблемы, представлены новые (стандартизированные) и адаптированные психодиагностические инструменты для изучения психологических особенностей виртуальной личности интернет-пользователя.

2.1. Методологические основы построения эмпирического исследования психологических особенностей виртуальной личности интернет-пользователя

Для реализации целей данного научного изыскания, установления его логики и структуры необходимым шагом является определение методологических основ конструирования эмпирического исследования психологических особенностей виртуальной личности интернет-пользователя. Исходя из того, что совокупность отношений личности с виртуальным пространством представляет собой процесс взаимодействия,

закономерным является использование деятельностного подхода (А.Н. Леонтьев и др.), который постулирует активность взаимодействия индивида с окружающей действительностью путем реализации различных видов деятельности, а также опосредованность психических функций понятиями, значениями, логическими операциями, усвоенными человеком из социокультурного пространства путем интериоризации [97, 97, 99]. Также в рамках данного подхода значимой для исследования является опора на концепции И.С. Кона и В.В. Столина об уровнях самосознания личности, где представления о своем Я рассматриваются с точки зрения включения личности в систему иерархии деятельностей и общественных отношений и осознание себя ее частью [86, 165].

Вместе с тем взаимодействие личности и виртуального пространства обусловлено необходимостью интерпретации информации, полученной в данном процессе, различного рода сигналов, а также анализе и интерпретации нового уникального опыта, что обуславливает необходимость включения когнитивного подхода в структуру исследования и идей конструктивизма, лежащих в его основе. Когнитивный подход (Д. Брунер, Дж. Келли и др.) в качестве главного источника развития личности определяет окружающую действительность, среду осуществления той или иной деятельности [34, 81]. Данный подход рассматривает механизмы кодирования и декодирования извлекаемой извне информации, полученной путем взаимодействия с окружающей действительностью. Теоретики когнитивного подхода связывают индивидуальные характеристики и их разнообразие со сложными и вариативными взаимодействиями человека и ситуации [139].

Когнитивный подход постулирует в качестве исходного положения в теории личности идею об индивидуальных особенностях восприятия, анализа и интерпретации человеком происходящего (когнитивный стиль, система личностных конструктов, когнитивные искажения и прочее) как основы для объяснения личностным чертам и своеобразию индивидуального поведения [176]. Объединение данных подходов позволяет более полно раскрыть идею

виртуальной личности как результата взаимодействия личности с виртуальным пространством. А.Н. Леонтьев изучал восприятие с точки зрения конструирования в сознании личности сложного многомерного образа окружающей действительности в процессе деятельности разного рода и порядка. Полученный образ в данном подходе рассматривается как динамическая структура, гибкая, способная к изменениям и при этом довольно стабильная для использования в интерпретации окружающего мира [97, 98].

Также принципиально важными аспектами в определении методологических основ изучения психологических особенностей виртуальной личности интернет-пользователя выступают научные подходы, рассматривающие особенности самого виртуального пространства и виртуальной среды, а также научные теории, описывающие психологию личности в процессе взаимодействия с виртуальным пространством. Для реализации целей данного исследования фундаментальными подходами в рассмотрении психологических особенностей виртуального пространства выступают теории Ю.П. Зинченко, А.И. Лучинкиной, Н.А. Носова [69, 70, 106, 107, 108, 125].

Н.А. Носов сформировал подход к рассмотрению различных сторон проявления виртуальности и выстроил систему взаимосвязи реальностей разного уровня. В рамках данного подхода ученый рассматривает виртуальную реальность (физическую, психологическую, социальную, техническую) как психологическую реальность. Важным постулатом подхода является концепция, согласно которой реальности, оперируемые субъектом, определяются его активностью [125].

Отечественным ученым, А.И. Лучинкиной сформирован научный подход, в рамках которого процесс взаимодействия с виртуальным пространством рассматривается через психологические особенности интернет-социализации личности. Ученым были определены основные параметры, дифференцирующие социализацию в двух пространствах [106]. При изучении психологических особенностей виртуальной личности

значимым в данном подходе является рассмотрение взаимодействия индивида с виртуальным пространством как субъективной активности и процесса расширения индивидуального опыта.

Ю.П. Зинченко, в свою очередь, обозначил основные параметры процесса виртуализации как существования личности, ее бытия, так и самой ее самости, через концепцию симулякров, знаковых-копий [69, 70].

Исходя из этого, данное исследование реализуется в рамках деятельностной парадигмы и базируется на объединении деятельностного и когнитивного подходов в рассмотрении психологических особенностей виртуальной личности, а также подходов, разработанных в рамках виртуальной психологии личности и психологии виртуальной личности. Вместе с тем для рассмотрения отдельных концептов в рамках данного исследования применялись категории деятельностного подхода (Л.С. Выготский, А.Н. Леонтьев, А.Р. Лурия) [42, 97, 104], системного подхода (А.В. Карпов, Б.Ф. Ломов) [76, 102] и идеи конструктивизма (Дж. Келли, Ж. Пиаже) [81, 131], структурно-функционального (П.К. Анохин, Т. Парсонс и др.) [7, 128] подхода.

Результаты анализа научных изысканий, поставленная цель и задачи исследования позволили сформулировать теоретическую модель исследования психологических особенностей виртуальной личности интернет-пользователя, опирающуюся на описанные выше подходы и объединяющую в себе модель виртуальной личности и модель взаимодействия личности и виртуального пространства (Рисунок 4).

Согласно данной модели, контакт личности и виртуального пространства представляет собой процесс взаимодействия, при котором интернет-пользователь выступает в качестве потребителя и создателя возможностей виртуального пространства, и выражается во взаимном изменении взаимодействующих систем личности и виртуального пространства, двусторонне направленной активности. Результатом данного взаимодействия является виртуальная проекция, функциональное расширение

личности пользователя, которая представлена несколькими уровнями проецирования – уровнями виртуальной личности.

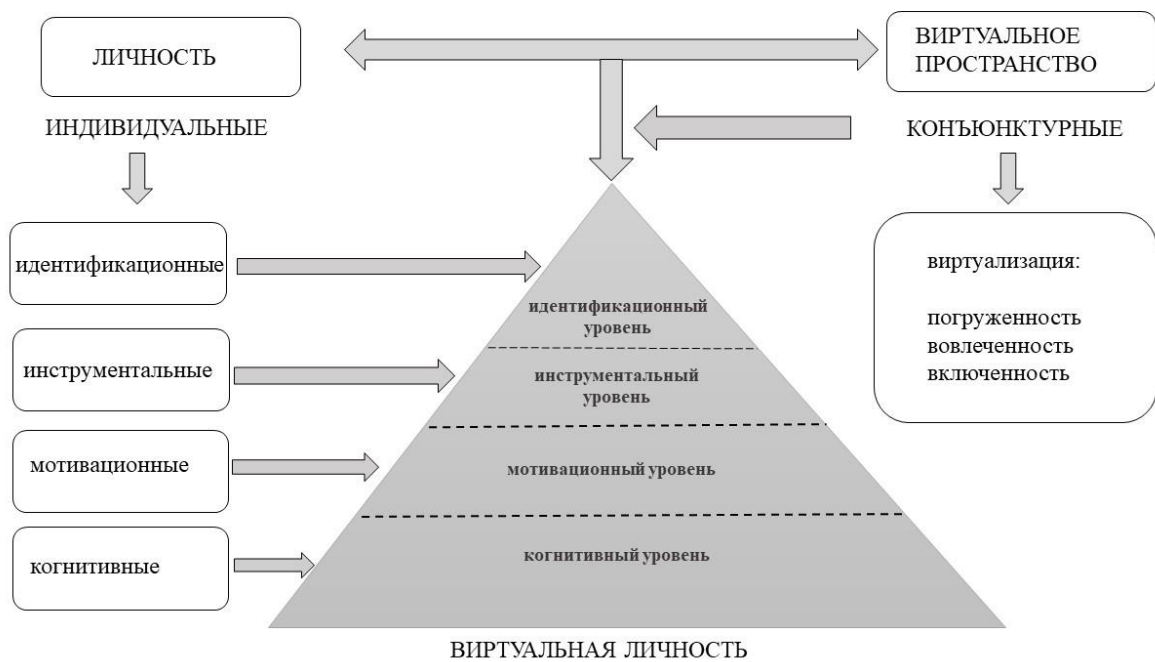


Рисунок 4. Теоретическая модель исследования психологических особенностей виртуальной личности интернет-пользователя

Структура виртуальной личности интернет-пользователя, согласно модели, имеет ряд закономерностей, которые позволяют выделить ее психологические особенности, выступающие в качестве средства установления внутренней связи и зависимости компонентов виртуального пространства и виртуальной личности и организующие уровни проецирования виртуальной личности.

Выделены две группы психологических особенностей: индивидуальные и конъюнктурные.

Группа индивидуальных психологических особенностей представлена когнитивными, мотивационными, инструментальными и идентификационными предикторами. Данная группа включает мотивы и направленность пользователя в виртуальном пространстве, эффективность использования знаний и навыков, результаты идентификации, характеристики

когнитивной системы (когнитивные стили, конструкты, наличие когнитивных искажений), а также оценочные эталоны пользователя.

Группа конъюнктурных психологических особенностей объединяет совокупность уникальных процессов и факторов, присущих виртуальному пространству, которые реализуются путем виртуализации. Виртуализация выступает в качестве адаптивного механизма, срабатывающего в процессе приспособления личности к виртуальному пространству во всей совокупности его проявлений. Виртуализация представлена тремя компонентами: погруженностью, включенностью и вовлеченностью.

Основные характеристики выборки

Исследование проводилось на протяжении 4 лет (2021-2024). В исследовании в качестве респондентов приняли участие 227 ($n = 227$) студентов и сотрудников КИПУ имени Февзи Якубова, а также школьники Республики Крым в возрасте от 15 до 33 лет, из них 141 женщина и 86 мужчин ($M = 22,08$; $SD = 3,4$).

Структура построения эмпирического исследования

Теоретическая модель исследования, которая была сформулирована при осуществлении теоретико-методологического анализа научных исследований, позволяет решить ряд следующих эмпирических задач:

1. Выделить группы интернет-пользователей исходя из уровня их активности в виртуальном пространстве.
2. Эмпирически исследовать группу конъюнктурных психологических особенностей, реализуемых через процесс виртуализации, которая включает погруженность, включенность и вовлеченность.
3. Эмпирически изучить группу индивидуальных психологических особенностей виртуальной личности интернет-пользователя, которые представлены мотивационными, инструментальными, идентификационными и когнитивными механизмами.

3.1. Выявить основные группы мотивов интернет-пользователя, направляющих их активную деятельность и влияющих на конструирование их виртуальной личности.

3.2. Исследовать инструментальную компетентность интернет-пользователей, принимающих участие в исследовании, выявить ее уровни.

3.3. Изучить особенности идентификации интернет-пользователя в контексте их контакта с виртуальным пространством и реализации виртуальной активности. Выявить соотношение Я-реального, Я-идеального и Я-виртуального личности пользователя, установить влияние данного соотношения на структуру виртуальной личности.

3.4. Исследовать особенности когнитивных характеристик пользователя и проанализировать их влияние на интерпретацию нового опыта и условий виртуального пространства. Установить взаимосвязь параметров когнитивных стилей интернет-пользователя и проявлений виртуальной личности. Выявить особенности категориальной системы интернет-пользователя, включающей понятийные системы, оценочные эталоны.

4. Составить типологию виртуальной личности в соответствии с выраженностью отдельных компонентов, обусловленных конкретными психологическими особенностями.

Построенная теоретическая модель позволила сформулировать схему эмпирической составляющей исследования, представленную алгоритмом последовательных действий с применением диагностического инструментария для анализа психологических особенностей виртуальной личности интернет-пользователя (Таблица 8).

Эмпирическая составляющая исследования психологических особенностей виртуальной личности интернет-пользователя включала четыре этапа:

На первом этапе осуществлялось изучение дескрипторов, с помощью которых личность описывает собственное Я во взаимодействии с объектным миром, и путем полуструктурированного интервью определялись элементы

для составления матрицы личностных конструктов, осуществлялась дальнейшая трансформация характеристик виртуального пространства в элементы конструктивной системы с учетом выявленных дескрипторов.

Таблица 8

Эмпирическая модель исследования

Исследуемые параметры		Методы исследования
Индивидуальные психологические особенности	идентификационные	Тест «Кто Я?» (адаптированная версия) (М. Кун, Т. МакПартланд) [94], Тест на самооценку личности: Я-реальное, Я-идеальное (С.А. Будасси) (адаптированная версия) [89], полуструктурированное интервью
	мотивационные	Методика «Личность в виртуальном пространстве» (А.И. Лучинкина) [106], авторская анкета, полуструктурированное интервью
	инструментальные	полуструктурированное интервью, авторская анкета для оценки инструментальной компетентности пользователя
	когнитивные	Опросник <i>ТСОВ-4: полезависимость / полenezависимость</i> (В.В. Селиванов, К.А. Осокина) [154], Опросник «Когнитивные ошибки в интернет-общении» (И.С. Лучинкина) [110], Новый опросник толерантности / интолерантности к неопределенности (Т.В. Корнилова) [88], Тест на выявление личностных конструктов (Дж. Келли) [213], полуструктурированное интервью
Конъюнктурные психологические особенности	виртуализация: погруженность включенность вовлеченность	Авторский исследовательский опросник «Индекс виртуализации личности интернет-пользователя социальных сервисов» [143]
Группирующий показатель	уровень интернет-активности пользователя	Авторская анкета по изучению интернет-активности (А.И. Лучинкина) [106]

На втором этапе производилось конструирование матриц для дальнейшего выявления и анализа конструктивных пар, из которых

сформирована система личностных конструкторов интернет-пользователя. Вместе с тем на этом этапе осуществлялось создание, экспертная проверка и стандартизация новой психометрической методики для изучения процессов виртуализации пользователя и конструирование адаптированных инструментов для сбора эмпирических данных в контексте виртуального пространства.

На третьем этапе осуществлялся сбор и анализ данных, выявлялись и анализировались основные конструкты, участвующие в оценке виртуального опыта, основные параметры и характеристики системы конструкторов пользователя. Также на данном этапе исследования при помощи психометрических методик были выявлены когнитивные искажения в коммуникативном поведении, уровень и тип толерантности к неопределенности, полезависимость / полenezависимость когнитивной системы, основные мотивы интернет-пользователя. Кроме того, был проведен анализ соотношения модальностей Я интернет-пользователя (идеальное Я, реальное Я и виртуальное Я) и выявлены оценочные эталоны.

Четвертый этап исследования был посвящен анализу соотношения представленности всех психологических особенностей (индивидуальных и конъюнктурных) в системе виртуальной личности интернет-пользователя. Осуществлялось выделение типов виртуальной личности в соответствии с выраженностью отдельных компонентов, обусловленных конкретными психологическими особенностями

Исходя из этого, сформулированная теоретическая и эмпирическая модель, структура эмпирической части исследования соответствуют целям и задачам исследования, его методологическим основам.

2.2. Методические проблемы исследования психологических особенностей виртуальной личности интернет-пользователя

В рамках исследования психологических особенностей виртуальной личности интернет-пользователя обнаруживаются отдельные методологические проблемы. Проблематика изучения виртуальной личности, прежде всего, лежит в плоскости уникальных характеристик самого виртуального пространства. Анонимность, бестелесность, знаковый характер существования и присутствия, трансцендентность, онтологическая ущербность, симулятивный характер взаимодействия, обратимость и нелинейность времени, отсутствие границ пространства, инициативность взаимодействия накладывают отпечаток на процесс взаимодействия. Данные характеристики виртуального пространства позволяют пользователю удовлетворить достаточно широкий диапазон потребностей, причем в более упрощенном формате, чем в реальном пространстве. Вместе с этим пользователь приобретает способности, которые невозможно или не в полной мере возможно реализовать в реальном пространстве (бессмертие, повторение действия, проживание нескольких жизней и др.). При этом пользователь, с одной стороны, является потребителем возможностей виртуального пространства для удовлетворения своих потребностей и делегирования различных функций, а, с другой стороны, выступает в качестве создателя и творца виртуального пространства, инициатора его изменений и развития в целом. Описанные факты позволяют сформулировать первую и важнейшую проблему исследования виртуальной личности, которая заключается в том, что данный феномен представляет собой движение двух сил внутренних (мотивы, потребности, личностные характеристики) и внешних (специфические факторы виртуальной среды). Следовательно, следует подчеркнуть важность установления соотношения этих сил внутри двух взаимодействующих систем.

Следующая проблема заключается в том, что реальный мир для человека понятен и обладает относительно четкими рамками и нормами. Виртуальное пространство, в свою очередь, не обладает четкой структурированностью и организованностью. Виртуальное существование пользователя многоформенное, количество форм для существования и их разнообразие безгранично. В связи с данными условиями возникает проблема адаптации пользователя к постоянно меняющимся условиям виртуального пространства. Причем динамика изменений виртуального пространства не даёт возможности пользователю закончить цикл адаптации, вынуждая адаптироваться уже к новым условиям. Исходя из этого, имеет место констатация следующей проблемы: гибкость и динамика закладывается в структурные единицы виртуальной личности, как необходимые элементы для реализации процесса перманентной адаптации с целью сохранения целостности исходной системы.

Следующая проблема, стоящая у основ методических проблем данного исследования, заключается в постоянном росте удельного объема активных пользователей и сокращении удельного веса неактивных. Данная тенденция приводит к тому, что категории «активность» для анализа процессов взаимодействия интернет-пользователя с виртуальным пространством становится недостаточно и возникает необходимость в выделении и изучении новых параметров, которые позволят создать более объёмную модель данного взаимодействия. Такими параметрами может служить оценка уровня виртуализации личности интернет-пользователя и особенностей его представления о собственном Я в связи с объемом взаимодействия с виртуальным пространством.

Вместе с тем анализ процесса взаимодействия носит строго саморефлексивный характер, в связи с чем открывается следующая методологическая проблема, которая заключается в подборе и адаптации инструментов качественного анализа самоотчетов интернет-пользователя, которые в полной мере отразили бы психологические особенности данного процесса.

Для решения описанных проблем ряд методик был преобразован и адаптирован под задачи данного исследования, а также дополнен авторской психометрической методикой. Для реализации целей и задач исследования адаптированы следующие психометрические инструменты: Тест «Кто Я?» (М. Кун, Т. МакПартланд) [94], тест на самооценку личности: Я-реальное, Я-идеальное (С. А. Будасси) [89], тест на выявление личностных конструкторов (Дж. Келли) [213].

В тест М. Куна, Т. МакПартланда и тест С.А. Будасси в качестве дополнительного элемента для анализа была введена новая модальность Я-виртуальное, что позволило, с одной стороны, подтвердить и констатировать наличие данной модальности, обозначить ее значение в общем объеме процессов самосознания и самопонимания, а также зафиксировать психологические особенности соотношения данных модальностей друг с другом.

Тест на выявление личностных конструкторов в рамках данного исследования приобрел форму, предполагающую анализ отдельных элементов, при помощи которых человеку свойственно описывать себя, окружающее пространство и свое положение относительно данного пространства. Данные элементы были выявлены в ходе полуструктурированных интервью. Полученные в ходе опроса данные были обработаны в ходе контент-анализа, который выявил ряд группирующих категорий. При этом выявленные категории сопоставлялись с уникальными характеристиками виртуального пространства, описанными ранее. Смысловой анализ позволил определить следующие категории, предназначенные для построения матрицы личностных конструкторов интернет-пользователей, участвующих в исследовании: тело, существование (жизнь), пространство (границы), возможности (способности, функции), взаимодействие, общение, целостность, время, пол, дом. Вместе с тем для анализа влияния виртуального пространства на личность пользователя и выявления особенностей процессов

виртуализации интернет-пользователя возникает необходимость создания психометрического инструмента оценки степени виртуализации личности.

В современной психологической науке ранее осуществлялись попытки формирования подобного инструментария. Л.А. Регуш и Е.В. Алексеева создали опросник для определения индекса погруженности личности в интернет-среду, предназначенный для оценки цифрового потребления, цифровой компетентности и эмоционального отношения к цифровой среде [142]. Е.В. Макласова и А.Н. Татарко создали и апробировали опросник, который предназначен для определения уровня вовлеченности пользователя в процессы использования информационно-коммуникационных технологий [169].

Опросник «Личность в виртуальном пространстве», созданный профессором А.И. Лучинкиной, направлен на изучение виртуального пространства как института социализации личности [106]. В качестве интегральной характеристики пользователя выступает активность, которая измеряется временным и интерактивным параметрами.

Анализ данных психометрических инструментов, позволил сделать вывод, что существующие методики и техники уделяют внимание отдельным аспектам проявления виртуализации личности. Они направлены на оценку цифрового потребления, цифровой компетентности и эмоционального отношения к цифровой среде, оценку степени вовлеченности пользователей в использование информационно-коммуникационных технологий в различных сферах жизни, оценку инструментальных навыков и степени устойчивой принадлежности к сетевой субкультуре.

При этом данные инструменты оставляют без внимания особенности процессов когнитивной обработки полученного опыта, степени охваченности познавательных процессов непрерывным информационным потоком и устойчивости контакта личности с виртуальным пространством. Не рассматривается также ощущение принадлежности личности к виртуальному социуму, принятие новых виртуальных норм, готовность соблюдать и

защищать их. Остаются без внимания психологические особенности процесса включенности в разнообразные виды виртуальной активности и их последствия в структуре индивидуального опыта.

Описанные явления напрямую связаны с когнитивным, аффективным и поведенческим компонентами самосознания личности и влекут весомые изменения в структуре самопознания и формирования представления о собственном Я.

Таким образом, в современной науке на данный момент отсутствует психометрический инструмент для комплексной оценки процессов виртуализации, который бы учитывал все аспекты взаимодействия личности и виртуального пространства и позволял выстроить многогранную модель данных процессов.

На основании теоретического анализа, представленного в Главе 1. и анализа описанных выше методик закономерно выделить три компонента, комплексно раскрывающих все проявления виртуализации – погруженность, вовлеченность, включенность. Исходя из данной концепции, был сконструирован опросник, в котором в качестве критериев для оценки степени виртуализации личности рассматриваются представленные компоненты.

Содержание опросника представлено тремя блоками, включающими по 11 вопросов. Ответы на вопросы выстроены по принципу порядковых шкал, которые задают диапазон результатов от абсолютного согласия до крайнего несогласия, с промежуточными вариантами (полностью не согласен, не согласен, где-то посередине, согласен, полностью согласен).

Ответы построены по лайкертовской шкале. Каждая из них позволяет дать оценку степени согласия или несогласия респондента с приведенными утверждениями.

Степень выраженности показателей погруженности, вовлеченности и включенности определяется суммой баллов за ответы на соответствующие вопросы, закрепленные за конкретными шкалами (Таблица 9).

Таблица 9

Распределение вопросов опросника по соответствующим шкалам

Наименование шкалы	Номера вопросов, закрепленных за шкалой
Погруженность	1, 4, 7, 8, 10, 12, 16, 19, 22, 25, 30
Вовлеченность	2, 6, 9, 13, 15, 18, 21, 23, 26, 28, 33
Включенность	3, 5, 11, 14, 17, 20, 24, 27, 29, 31, 32

Индекс виртуализации личности интернет-пользователя вычисляется по формуле (Рисунок 5) в виде соотношения суммы баллов по каждой шкале к максимальному количеству баллов по всем шкалам опросника.

$$I = \frac{\sum M (S1 + S2 + S3)}{M_{\max}} * 100 \%$$

M – количество баллов (165 баллов), *S* – шкала (1 - погруженность, 2 – вовлеченность, 3 – включенность)

Рисунок 5. Формула для вычисления индекса виртуализации личности интернет-пользователя

Индекс виртуализации распределяется по числовой шкале от 0 до 100 ($0 \leq I \leq 100$).

Экспертная оценка содержания опросника проводилась путем привлечения практикующих психологов, когнитивных психологов и психолингвистов для оценивания соответствия вопросов и вариантов ответов с их распределением по обозначенным блокам.

После экспертизы авторской исследовательской методики были уточнены границы применимости данной методики. Для этого в название опросника была включена формулировка «интернет-пользователя социальных сервисов». Вместе с тем работа экспертов позволила сократить объем опросника и конкретизировать вопросы для упрощения работы с инструментом и устранения вариативности интерпретаций.

Опросник объединяет в себе три блока и содержит перечень вопросов, ключ и инструкцию к выполнению:

Инструкция: Вам представлены высказывания. Оцените степень вашего согласия с каждым из них

Значение каждого ответа: «полностью согласен» оценивается в пять баллов, «согласен» – четыре балла, «где-то посередине» – три балла, «не согласен» – два балла и «полностью не согласен» оценивается в 1 балл.

Блок «Погруженность»: 1, 4, 7, 8, 10, 12, 16, 19, 22, 25, 30

Вопросы:

Я слушаю музыку, подкасты и смотрю видео в Интернете в наушниках

Я прослушиваю истории друзей со звуком, так как создается впечатление общения

Я предпочитаю видеозвонки для создания ощущения реального общения

Я не замечаю, как проходит время, когда нахожусь в сети

Иногда я настолько сильно погружаюсь в Интернет, что могу не услышать, как меня кто-то зовет

Я часто засиживаюсь в Интернете допоздна

Когда я просматриваю ленту новостей или истории друзей, я настолько погружен(а) в процесс, что не замечаю, что происходит вокруг

Видео, истории друзей или другой контент могут изменить мое настроение, в хорошую или плохую сторону

То, что я смотрю или читаю в интернете может повлиять на то как пройдет мой день

Видео в сети или истории друзей могут вызвать у меня яркие эмоции, радость или грусть

Когда я просматриваю истории друзей, я будто проживаю события вместе с ними

Шкала «Погруженность» предназначена для выявления степени охваченности органов чувств интернет-пользователя, погружающегося в виртуальное пространство, установления степени воздействия сенсорных

потоков, а также степени изоляции сознания пользователя от процессов реального пространства.

Устойчивость во времени – один из основных параметров погруженности, способствующий формированию эффекта потери времени и чувства присутствия в пространстве. Психические системы интернет-пользователя, организующие процесс перцепции, характеризуются высокой стабильностью, высокой концентрацией, помехоустойчивостью. Главным элементом в оценивании уровня погруженности выступает степень осознания пользователем разницы между двумя пространствами (реальным и виртуальным) [140].

После экспертной оценки блока «Погруженность» утверждение «Я прослушиваю истории друзей со звуком» было предложено внести уточнение, описывающее состояние пользователя для устранения вариативности интерпретаций.

Блок «Вовлеченность»: 2, 6, 9, 13, 15, 18, 21, 23, 26, 28, 33

Вопросы:

Я доверяю информации, которая есть в социальных сетях

Я считаю важным то, что подумают обо мне другие пользователи

Социальные правила в сети мне кажутся более правильными и понятными, они соответствуют современности

Мне нравится ощущать себя олдом в сообществах или на форумах

Я чувствую себя более свободным в Интернете

Я чувствую себя более счастливым в Интернете

Я больше могу себя проявить в Интернете, чем в реальном мире

Я чувствую, что в Интернете меня понимают

Я быстрее нахожу общий язык в виртуальном пространстве, чем в реальном

Я считаю важным количество лайков, которое мне ставят другие пользователи

Я расстраиваюсь, когда меня удаляют из друзей

«Вовлеченность», шкала, которая предназначена устанавливать уровень ощущения пользователем своей принадлежности к виртуальному пространству, его структуре, нормам и правилам. Описывает уровень адаптированности интернет-пользователя к установленным внутри виртуальной системы «правилам игры», а также условиям для существования и реализации активности в виртуальном пространстве. Вместе с тем вовлеченность указывает на степень привязанности интернет-пользователя к ролям, статусам и образам, транслируемым в виртуальном пространстве, а также на степень активности интернет-пользователя в отстаивании и защите норм и правил, существующих в виртуальном пространстве [140].

Экспертиза опросника продемонстрировала необходимость уточнения утверждения «Я доверяю информации в Интернете» и представления его в форме «Я доверяю информации, которая есть в социальных сетях» для подчеркивания социальной направленности блока и акцентировании внимания на процессе межличностного взаимодействия и его роли в формировании вовлеченности пользователя.

Блок «Включенность»: 3, 5, 11, 14, 17, 20, 24, 27, 29, 31, 32

Вопросы:

Я имею аккаунты на разных платформах, их более 3

Я охотно делюсь в сторис или в фотографиях тем, что со мной происходит, событиями из моей жизни

Я часто отправляю друзьям мемы, найденные в сети

Я делюсь информацией с подписчиками, делаю репосты, делюсь ссылками

Я активно реагирую на фото и истории других пользователей

Я посещаю группы, форумы и групповые чаты

Я завел(а) много новых друзей в Интернете

Я комментирую посты и фото других пользователей

Я публикую результаты своего творчества в Интернете

Я отвечаю пользователям, если они отреагировали на мой комментарий

Я отвечаю на все личные сообщения в социальных сетях и мессенджерах

Шкала «**Включенность**» объединяет в себе вопросы, предназначенные для выявления уровня осознания пользователем себя активным деятелем (актором) и степени ощущения себя находящимся в активной среде, благоприятной для взаимодействия с ее объектами. Включенность проявляется через активные действия интернет-пользователя, взаимодействие с другими пользователями, а также через представление себя путем самопрезентации. Показатели включенности позволяют оценить уровень направленности интернет-пользователя в отношении реализации определенного вида деятельности, степени идентификации пользователя с ней, степень слияния интернет-пользователя с конкретным видом активности [140]. Эксперты при анализе отметили необходимость уточнения конкретного количества аккаунтов в утверждении «Я имею аккаунты на разных платформах», что позволило получить точку отсчета в оценке данного показателя. Стандартизация и апробация проводилась на выборке, состоящей из 223 респондентов. В данном исследовании приняло участие 223 ($n = 223$) студента университета КИПУ имени Февзи Якубова (возраст от 17 до 26 лет, 63% женщины, 37 % мужчины, $M = 20,21$; $SD = 2,21$).

Психометрическая ценность разработанного опросника оценивается по трем основным параметрам: объективность, надежность и валидность. Объективность методики заключается в ее независимости от конкретных условий и исключении фактора субъективности в оценке и анализе результатов исследования. Надежность опросника проявляется в константности и согласованности результатов при проведении повторного тестирования. Валидность методики демонстрирует соответствие инструментальных характеристик методики, полученных результатов, их репрезентативности и соответствию исследуемому предмету. Фиксируется действенность, эффективность, практическая полезность психометрического инструмента [140].

Объективность. Объективность методики определялась путем тщательного подбора вопросов и экспертного анализа их содержания. В качестве экспертов выступали преподаватели кафедры психологии и практикующие психологи. Первоначальный перечень вопросов был проранжирован в соответствии с оценками экспертов, ряд вопросов был исключен (36 %). Также объективность опросника оценивалась с точки зрения независимости результатов от влияния внешних факторов и личности исследователя. Для исключения субъективности в методике предусмотрена система шкалирования и стандартный набор ответов (по Ренсису Лайкерту), что исключает неоднозначность интерпретации. Вместе с тем для анализа объективности психометрического инструмента проводилось измерение дискриминативностью теста, способности методики к распределению результатов испытуемых в диапазоне от минимальных до максимальных значений, которая вычислялась по формуле Фергюсона. Согласно результатам измерения, данная методика имеет высокий показатель дискриминативности ($\delta = 0,87$). Полученный результат свидетельствует об эффективности и объективности данной методики, значение дискриминативности стремящееся к единице демонстрирует уровень эффективности методики [140].

Надежность. Надежность методики была определена путем анализа эквивалентности, внешней и внутренней надежности опросника. Показатель эквивалентности методики определялся путем использования эквивалентных форм тестов к одной выборке. Вопросы исходного опросника были расположены в другом порядке, изменена форма бланка опросника. Эквивалентность опросника измерялась при помощи коэффициента корреляции Спирмена. Результаты анализа эквивалентности продемонстрировали наличие тесной устойчивой связи между двумя параллельными формами опросника (погруженность: $r_{\text{эмп}}=0,991$, $r_{\text{крит}}=0,182$, при $p \leq 0,01$, вовлеченность: $r_{\text{эмп}}=0,999$, $r_{\text{крит}}=0,182$, при $p \leq 0,01$, включенность: $r_{\text{эмп}}=0,983$, $r_{\text{крит}}=0,182$, при $p \leq 0,01$). Полученные результаты свидетельствуют

об эквивалентности психологического содержания двух форм теста (Таблица 10) [140].

Таблица 10

Результаты корреляционного анализа при эквивалентном тестировании
(n = 223)

Наименование шкалы	коэффициент корреляции Спирмена, r $r_{\text{крит}}=0,139$, при $p \leq 0,05$, $r_{\text{крит}}=0,182$, при $p \leq 0,01$
Погруженность	,991**
Вовлеченность	,999**
Включенность	,983**
** значимость статистической корреляции: 0,01; * значимость статистической корреляции: 0,01; «-» - обратная связь, «+» - прямая связь.	

Внутренняя надежность (согласованность) опросника измерялась при помощи коэффициента корреляции Спирмена методом расщепления (методом автономных частей) тестового материала на две части.

Результаты анализа внутренней надежности свидетельствуют о высокой степени согласованности отдельных частей опросника. Шкалы методики являются единым целым, они направлены на установление степени виртуализации личности интернет-пользователя ($r_{\text{эмп}}=0,738$, $r_{\text{крит}}=0,182$, при $p \leq 0,01$). Было достоверно выявлено, что блоки и шкалы не повторяют и не противоречат друг другу. Следовательно, результаты по каждой шкале охватывают свой блок диагностики процессов виртуализации, дополняют друг друга, что также подтверждает внутреннюю надежность теста.

Внутренняя согласованность опросника также проверялась путем применения статистических методов при помощи альфы Кронбаха, которая позволила оценить в какой степени вопросы опросника зависят друг от друга.

Результаты статистического анализа позволяют сделать вывод об однородности тестовых заданий, следовательно, каждый отдельный вопрос, закрепленный за каждой из трех шкал, направлен на исследование одного из необходимых признаков (погруженность: $\alpha=0,756$, вовлеченность: $\alpha=0,788$, включенность: $\alpha=0,753$) (Таблица 11) [140].

Таблица 11

Результаты статистического анализа внутренней согласованности опросника
(n = 223)

Наименование шкалы	альфа Кронбаха
Погруженность	,756**
Вовлеченность	,788**
Включенность	,753**
** значимость статистической корреляции: 0,01; * значимость статистической корреляции: 0,01; «-» - обратная связь, «+» - прямая связь.	

Внешняя надежность (ретестовая надежность, устойчивость опросника) была установлена путем повторного проведения теста через три месяца после первого сбора данных. Результаты показали высокую точность измерений и устойчивость результатов. Результаты исследования показали низкий уровень чувствительности к обычным изменениям состояния испытуемых и окружающей обстановки (Таблица 12).

При проверке ретестовой надежности психометрической методики были выявлены устойчивость и стабильность показателей (погруженность: $r_{\text{эмп}}=0,961$, $r_{\text{крит}}=0,182$, при $p \leq 0,01$, вовлеченность: $r_{\text{эмп}}=0,918$, $r_{\text{крит}}=0,182$, при $p \leq 0,01$, включенность: $r_{\text{эмп}}=0,980$, $r_{\text{крит}}=0,182$, при $p \leq 0,01$) [140].

Таблица 12

Результаты корреляционного анализа при повторном тестировании (n = 223)

Наименование шкалы	коэффициент корреляции Спирмена, r $r_{\text{крит}}=0,139$, при $p \leq 0,05$, $r_{\text{крит}}=0,182$, при $p \leq 0,01$
Погруженность	,961**
Вовлеченность	,918**
Включенность	,980**
** значимость статистической корреляции: 0,01; * значимость статистической корреляции: 0,01; «-» - обратная связь, «+» - прямая связь.	

Анализ надежности методики «Индекс виртуализации личности интернет-пользователя социальных сервисов» демонстрирует наличие устойчивой и значимой корреляции между отдельными частями теста, что

подтверждает целостность и согласованность методики [140].

Валидность. Валидность психометрического инструмента определялась по трем показателям: содержательная валидность, конвергентная и конструктивная валидность.

Содержательная валидность психометрической методики была проверена с помощью экспертного анализа. Результаты экспертизы продемонстрировали соответствие вопросов всем аспектам изучаемых переменных.

Конструктивная валидность данной методики измерялась при помощи корреляционного анализа результатов теста и показателей описывающих количество времени, которое пользователи проводят в виртуальном пространстве (погруженность: $r_{\text{эмп}}=0,734$, $r_{\text{крит}}=0,182$, при $p \leq 0,01$, вовлеченность: $r_{\text{эмп}}=0,833$, $r_{\text{крит}}=0,182$, при $p \leq 0,01$, включенность: $r_{\text{эмп}}=0,638$, $r_{\text{крит}}=0,182$, при $p \leq 0,01$), и количества платформ, на которых пользователи имеют активные аккаунты (средние значения) (погруженность: $r_{\text{эмп}}=0,687$, $r_{\text{крит}}=0,182$, при $p \leq 0,01$, вовлеченность: $r_{\text{эмп}}=0,803$, $r_{\text{крит}}=0,182$, при $p \leq 0,01$, включенность: $r_{\text{эмп}}=0,817$, $r_{\text{крит}}=0,182$, при $p \leq 0,01$) (Таблица 13).

Результаты статистического анализа демонстрируют тесную связь между шкалами опросника и данными показателями, что свидетельствует о теоретической обоснованности выбора психологических явлений, для которых предусмотрено применение данного инструмента [140].

Таблица 13

Результаты корреляционного анализа конструктивной валидности ($n = 223$)

Наименование шкалы	коэффициент корреляции Спирмена, r $r_{\text{крит}}=0,139$, при $p \leq 0,05$, $r_{\text{крит}}=0,182$, при $p \leq 0,01$	
	Временной показатель (среднее количество часов в день)	Количество активных аккаунтов
Погруженность	,734**	,687**
Вовлеченность	,833**	,803**
Включенность	,638**	,817**
** значимость статистической корреляции: 0,01; * значимость статистической корреляции: 0,01; «-» - обратная связь, «+» - прямая связь.		

Конвергентная валидность методики оценивалась в соответствии с уровнем корреляции с опросником «Личность в виртуальном пространстве», созданным профессором А.И. Лучинкиной (шкалы виртуальность и вовлеченность) (Таблица 14). Результаты статистического анализа позволяют сделать вывод о значимой корреляции между шкалами опросника «Индекс виртуализации личности интернет-пользователя социальных сервисов» и шкалой виртуальности (погруженность: $r_{\text{эмп}}=0,300$, $r_{\text{крит}}=0,182$, при $p \leq 0,05$, вовлеченность: $r_{\text{эмп}}=0,480$, $r_{\text{крит}}=0,182$, при $p \leq 0,01$, включенность: $r_{\text{эмп}}=0,144$, $r_{\text{крит}}=0,182$, при $p \leq 0,05$) и шкалой вовлеченности (погруженность: $r_{\text{эмп}}=0,403$, $r_{\text{крит}}=0,182$, при $p \leq 0,01$, вовлеченность: $r_{\text{эмп}}=0,519$, $r_{\text{крит}}=0,182$, при $p \leq 0,01$, включенность: $r_{\text{эмп}}=0,321$, $r_{\text{крит}}=0,182$, при $p \leq 0,05$). Данные соответствуют друг другу и находятся в логическом соотношении, что позволяет говорить о конструктивности опросника и достоверности его показателей [140].

Таблица 14

Результаты корреляционного анализа результатов методики «Индекс виртуализации личности интернет-пользователя социальных сервисов» и опросника «Личность в виртуальном пространстве» (шкалы виртуальность и вовлеченность), ($n = 223$)

Наименование шкалы	коэффициент ранговой корреляции Спирмена, $r_{\text{крит}}=0,139$, при $p \leq 0,05$, $r_{\text{крит}}=0,182$, при $p \leq 0,01$	
	вовлеченность (инструментальные навыки), r	виртуальность (ощущение принадлежности к сетевой субкультуре), r
Погруженность	,403**	,300*
Вовлеченность	,519**	,480**
Включенность	,321*	,144*
** значимость статистической корреляции: 0,01; * значимость статистической корреляции: 0,01; «-» - обратная связь, «+» - прямая связь.		

Результаты апробации методики «Индекс виртуализации личности интернет-пользователя социальных сервисов» демонстрируют высокий уровень объективности, надежности и валидности (Таблица 15). Таким образом, авторская методика успешно реализует свою цель, которая

заключается в оценке степени виртуализации личности интернет-пользователя, и является важным прикладным инструментом в изучении современных процессов виртуализации. Методика «Индекс виртуализации личности интернет-пользователя социальных сервисов» составлена в соответствии со всеми требованиями, предъявляемыми к психодиагностическим методикам.

Таблица 15

Статистические данные по валидации и определению надежности
опросника (n = 223)

Наименование шкалы	Объективность	Надежность			Валидность			
	Дискриминативность	эквивалентность	Альфа Кронбаха	Внешняя, Ретестовая (стабильность)	Конвергентная		Конструктивная валидность	
Погруженность	0,87	,991**	,756**	,961**	,403**	,300*	,734**	,687**
Вовлеченность		,999**	,788**	,918**	,519**	,480**	,833**	,803**
Включенность		,983**	,753**	,980**	,321*	,144*	,638**	,817**
** значимость статистической корреляции: 0,01; * значимость статистической корреляции: 0,01; «-» - обратная связь, «+» - прямая связь.								

Опросник характеризуется высокой объективностью, достоверностью, надежностью и валидностью результатов. Исследование, проведенное при помощи данного психометрического инструмента, продемонстрировало актуальность измеряемых процессов и целесообразность выделения уровня виртуализации личности в ряд значимых характеристик психического развития современной личности, а также прикладную значимость инструмента, позволяющего измерить данный уровень. Кроме того, стандартизация методики позволила выделить три важнейших показателя виртуализации (погруженность, вовлеченность, включенность), которые демонстрируют направление процессов виртуализации личности.

2.3. Эмпирические методы исследования психологических особенностей виртуальной личности интернет-пользователя

Интеграция деятельностного и когнитивного подходов, системного и конструктивного анализа позволила получить и проанализировать всю полноту проявлений психологических особенностей виртуальной личности интернет-пользователя. Теоретико-методологический анализ позволил выделить две отдельные группы психологических особенностей виртуальной личности интернет-пользователя. Первая группа представлена индивидуальными особенностями (мотивационные, инструментальные, идентификационные, когнитивные) и конъюнктурными (процессы виртуализации: погруженность, включенность, вовлеченность) особенности. Для проверки гипотезы и предположений о наличии закономерностей в процессе конструирования виртуальной личности, которые находят свое выражение в конкретных психологических особенностях, был проведен подбор психометрического инструментария в соответствии с описанными выше эмпирическими задачами данного исследования:

1. Авторская анкета для определения уровня интернет-активности, разработанная А.И. Лучинкиной.

Данная анкета позволяет собрать данные об общей интернет-активности пользователя, которая заключается в оценке следующих параметров: является ли респондент пользователем, возраст первого использования виртуальных сервисов, перечень наиболее посещаемых сервисов, общий объем времени, проводимого респондентов в Интернете, перечень социальных сетей, наиболее часто используемых опрашиваемым, объем времени, затрачиваемый на социальные сети. Вместе с тем анкета содержит вопросы для выявления общего отношения к Интернету и виртуальным сервисам. Для реализации целей исследования в перечень вопросов анкеты были внесены изменения. Добавлены вопросы, касающиеся количества подписчиков (фоловеров) [106].

2. Авторская анкета для оценки инструментальной компетентности пользователя.

Данный опросник основывается на теории А.И. Лучинкиной об уровнях инструментальной компетентности пользователей сети Интернет и базируется на выявленных ученым уровнях [106].

Таблица 16

Соответствие уровней инструментальной компетентности интернет-пользователей и навыков необходимых для реализации активности виртуальной личности

Уровень	Концепция А.И. Лучинкиной	Контекст виртуальной личности
Первый	включение компьютера, запуск браузера, подключение к Интернету, поиск и выбор платформы	вход на соответствующую платформу, выбор вида виртуальной платформы в соответствии с потребностью, создание и минимальное заполнение аккаунта
Второй	повышенная социальная активность и включенность в деятельность виртуального сообщества, знание программ и приложений, навыки работы с почтой и мессенджерами	умение взаимодействовать с другими пользователями при помощи различных инструментов (мессенджеры, видеочаты, голосовые сообщения и др.), навыки формирования контента (посты, рилсы, истории, опросы) навыки реагирования на существующий контент (лайки, репосты, комментарии) навыки разработки аватара под потребности платформы
Третий	самостоятельное формирование виртуальной идентичности субъекта (заполнение самоописаний, разработка аватара)	оценка контекста запросов аудитории, конъюнктуры интересов других пользователей (потребителей контента) и моды, оценка статистики для определения уровня значимости и популярности пользователя в общей иерархии виртуального пространства отбор и составление композиции из характеристик собственного Я, которые более удачно впишутся в концепцию образа и вызовут нужную реакцию аудитории, путем социального сравнения осуществление коррекции своего образа, отбор средств репрезентации собственного Я в соответствии с алгоритмами платформы освоение норм виртуального пространства и соответствующих санкций, отбор потребляемого контента путем настройки алгоритмов предложения

Четвертый	преобразование виртуального пространства (создание страниц, сообществ, форумов, сайтов, собственных каналов, заполнение их контентом, создание видеоконтента)	навыки формирования концепции самопрезентации, идеи и стиля повествовательного контента создание пространства репрезентации характеристик своего Я, формирование объемного мира для проявлений созданного образа создание новых виртуальных объектов или преобразование имеющихся
-----------	---	---

Вместе с тем для конкретизации и более точечного анализа обозначенные Анжеликой Ильиничной уровни были приведены в соответствие с процессами и этапами реализации активности виртуальной личности и формирования виртуальной личности, которые были описаны в ходе логико-теоретического анализа исследований в данной области знаний (Таблица 16).

Анкета включала следующие вопросы:

1. Испытываете ли вы трудности в поиске необходимой информации в Интернете?
2. Владеете ли вы навыком регистрации и создания аккаунта в различных социальных сервисах?
3. Требуется ли вам дополнительная помощь в поиске чего-либо в Интернете?
4. Состоите ли вы в различных сообществах в социальных сетях?
5. Общаетесь ли вы с другими пользователями при помощи мессенджеров или почты?
6. Пересылаете ли вы какую-либо информацию или видео-контент другим пользователям?
7. Комментируете ли вы записи других пользователей?
8. Ваша анкета в социальных сетях имеет вид полного самоописания?
9. Являетесь ли вы создателем или администратором сообщества в сети?
10. Имеете ли вы собственный канал на видеохостингах?
11. Размещаете ли вы истории в социальных сервисах?

12. Ведете ли вы свой блог?
13. Владеете ли вы навыком отличать достоверную информацию от фейков?
14. Знаете ли вы какие санкции предусмотрены за нарушения правил той или иной социальной сети?
15. Знаете ли вы как формируется рейтинг страниц или постов в социальных сетях?
16. Знакомо ли вам понятие «референс»?
17. Можете ли вы назвать себя активным создателем контента?
18. Имеет ли ваша страничка в социальных сетях единый стиль? Обращаете ли вы внимание на визуальную композицию страницы?
19. Являетесь ли вы создателем канала, сообщества или страницы в Яндекс.Дзен?
20. Создавали ли вы когда-нибудь «тренд» в социальных сетях?

За каждым уровнем сформированности инструментальных навыков пользователя закреплено 5 вопросов, которые оцениваются по одному баллу в случае согласия с содержанием высказывания. Исходя из этого, распределение по уровням осуществлялось следующим образом: 1 уровень – от 1 до 5 баллов, 2 уровень – от 6 до 10 баллов, 3 уровень – от 11 до 15, и 4 уровень – от 16 до 20 баллов.

Применение данного опросника обосновано необходимостью оценки инструментальных особенностей виртуальной личности интернет-пользователя, выявления конкретных умений и навыков уровней их выраженности.

2. Полуструктурированное интервью. Беседа с респондентами позволила собрать более обширные данные о навыках пользователей, их стратегиях поведения в виртуальном пространстве, а также о мотивационной составляющей их взаимодействия с виртуальным пространством и целях использования тех или иных сервисов и платформ.

Вместе с тем в ходе интервью были собраны самоотчеты с описанием активности пользователя в виртуальном пространстве, описанием видов данной активности, общим отношением к виртуальному пространству и саморефлексии в отношении описания себя с точки зрения разнообразных взаимодействий с объектами виртуального мира. Данная форма сбора данных позволяла также выявить мотивы пользователей в соответствии с выделенными путем теоретического анализа группами (фрустрационные, защитные, социально-актуализационные, потребительские, позиционные, аффилиационные) (Таблица 17).

Данная часть интервью была представлена в виде структурированных самоотчетов и включала следующие вопросы:

Таблица 17

Перечень вопросов для выявления мотивов интернет-пользователя

№	Содержание вопроса	да	нет
Фрустрационные мотивы			
1.	В Интернете я могу выглядеть так как мне нравится. Мой внешний вид зависит от моего желания		
2.	В сети моя личность – это идеальная версия меня реального		
3.	В социальных сетях я могу напрямую высказывать свое мнение		
4.	В Интернете можно все, никто не узнает		
5.	В сети я могу реально осуществить все свои желания		
Защитные			
6.	В Интернете я сам решаю с кем мне общаться		
7.	Мне нравится, что я в любой момент могу прекратить общение		
8.	Если я чувствую угрозу я могу закрыть свою страницу и заблокировать пользователя		
9.	В Интернете меня полностью устраивает отсутствие необходимости близкого контакта		
10.	В сети я сам решаю с кем, когда и в каком объеме мне контактировать		
Социально-актуализационные			
11.	В Интернете всегда понятно, когда ты нравишься людям. Поставили лайк, значит ты на высоте		
12.	Когда я выкладываю фотографии своих активностей я чувствую себя более счастливым. Мне нравится, что все видят какая моя жизнь яркая и веселая		
13.	Количество лайков и положительных комментариев во многом повышают мою самооценку. Иногда я намеренно выкладываю удачные фотографии, чтобы улучшить настроение		
14.	Когда я чувствую себя одиноко или мне грустно я переписываюсь в чатах или в комментариях на любимых каналах или в любимых блогах		

15.	Мне нравится, что я сам решаю в Интернете, что обо мне знают другие пользователи. Что я расскажу о себе, то и правда		
Потребительские			
16.	Я использую интернет в основном по учебе или для работы		
17.	Часто когда я хочу отдохнуть или отвлечься я смотрю короткие ролики, истории или подкасты		
18.	Я узнаю много полезной информации из каналов, на которые я подписан (а)		
19.	Я часто использую интернет, чтобы записаться на получение какую-либо услуги, записаться в больницу или чтобы что-то приобрести на маркетплейсах		
20.	Интернет для меня место отдыха и получение легкого удовольствия		
Позиционные			
21.	В Интернете я могу быть разным (ой), выполнять множество ролей		
22.	Мне нравится заполнять шапку профиля, там я могу указать все роли, которые я выполняю. Я сам (а) решаю, что перечислять		
23.	Я являюсь создателем или администратором канала, или группы в социальных сетях. Я ощущаю свою полезность в выполнении таких функций		
24.	В Интернете я могу быть главным, в реальности это сложно		
25.	Многое о человеке можно понять по списку сообществ, на которые он подписан. Я обращаю на это внимание. Думаю другие тоже так многое обо мне могут понять		
Аффилиационные			
26.	В Интернете я всегда нахожу поддержку и одобрение		
27.	В Интернете я всегда могу найти совет от подписчиков или других пользователей		
28.	В социальных сетях я могу делиться тем, что меня волнует и вызывает переживание. Всегда найдется тот, кто выслушает		
29.	В сети я не чувствую себя одиноким. В любой момент можно с кем-то пообщаться		
30.	Каждое мое достижение, которое было оценено лайком или положительным комментарием, приобретает еще больший вес для меня		

За каждой группой мотивов пользователя закреплено 5 вопросов, ответы на которые оцениваются по одному баллу. Исходя из этого, распределение по уровням выраженности тех или иных мотивов осуществлялось следующим образом: низкий уровень – 0-1 балл, средний уровень – 2-3 балла, высокий уровень – 4-5 баллов. Баллы рассчитываются по каждому блоку отдельно.

Качественные данные, собранные в ходе полуструктурированного интервью, подвергались дополнительной контекстной интерпретации при помощи контент-анализа. В качестве критериев для контента служили описанные категории (мотивы активности в виртуальном пространстве), а

также дополнительные категории выявленные в ходе интерпретационной обработки (навыки и возможности, дополнительные функции, виды активностей в виртуальном пространстве и категория, включающая конкретные платформы, эмоциональное отношение к процессу взаимодействия с виртуальным пространством и категория, в которую вошли данные о восприятии самого себя в процессах реализации виртуальной активности). В описанные категории вошли как отдельные слова и фразы, так и распространенные высказывания, дополнительно распределенные по группам категорий в соответствии с критериями данных групп. Подобная качественная обработка результатов исследования позволила конкретизировать исследуемые параметры и более точно раскрыть особенности их проявления.

3. Методика «Личность в виртуальном пространстве», разработанная и стандартизированная А.И. Лучинкиной.

Данный инструмент позволил выявить основные мотивы интернет-пользователей, которые направляют процесс взаимодействия личности с виртуальным пространством. А.И. Лучинкина выделила две группы мотивов – творческие и потребительские. В группу творческих мотивов отнесены мотив вноса, репликации и мотив личного пространства, которые связаны с преобразующей активностью пользователя. Мотив вноса – склонность распространять информацию определенного характера путем копирайтинга или при помощи репостов, создание определенного информационного поля через создание каналов, сайтов и блогов. Мотив личного пространства – склонность к оформлению индивидуально окрашенного личного пространства через формирование личных, приватных страниц с ограниченным кругом подписчиков, склонность к ограничению возможности комментирования и отправки сообщений. Мотив репликации – склонность к созданию множества аккаунтов и страничек на различных платформах, аватаров и персонажей, которые в значительной степени отличаются друг от друга и позволяют проживать несколько жизней одновременно.

Потребительские мотивы объединили мотив обозначенного присутствия и мотив воплощения в роль. Они, в свою очередь, обобщают активность пользователя в рамках общепризнанных норм и правил, стандартов и шаблонов, а также во многом определяются общими возможностями виртуальных платформ и не требуют дополнительных преобразующих действий. Мотив обозначенного присутствия – склонность к множественным, единовременным контактам с другими пользователями. Мотив воплощения в роль – склонность к выстраиванию своего виртуального образа (самопрезентации и самоописаний) на основании образцов и эталонов, существующих в виртуальном пространстве, а также склонность выстраивать идентификацию и стратегии своего поведения в соответствии с ними.

Выбор данной методики обоснован задачей выделения отдельных групп мотивационной направленности интернет-пользователей, которые регулируют их активность и определяют диапазон активности, разнообразие, характер реализации виртуальной деятельности. Вместе с тем выбранная методика позволяет выявить конкретные мотивы интернет-пользователя, связанные с его включением в виртуальное пространство и уточнить мотивационные категории, которые удалось выявить в ходе анкетирования и последующего контент-анализа [106].

4. ТСОВ-4: полезависимость/полenezависимость (Селиванов В.В., Осокина К.А.).

Представленная методика позволила выявить выраженность когнитивного стиля, который отражается в определенной степени автономности суждений от внешнего воздействия, независимости от окружающих факторов и самодостаточности когнитивного анализа, независимости от шаблонного и стереотипного анализа. Данный когнитивный стиль имеет две границы – полезависимость и полenezависимость, которые отражают степень зависимости когнитивных процессов личности и их результатов от воздействия на них внешних факторов, которые ведут к обобщенному и упрощенному восприятию окружающей действительности.

Полезависимость напрямую связана с уровнем психологической дифференциации анализируемой информации, включающей факты из полученного индивидуального опыта и знания о характеристиках собственного Я. Личность с низким уровнем полезависимости обладает четким и ясным представлением о своем внутреннем мире и о внешних процессах, которые ее окружают, обладает высоким уровнем организованности саморегуляции, самодостаточности и целостности. Разработчики методики указывают на устойчивую связь полезависимой стратегии реализации когнитивных процессов с высоким уровнем самооценки, принятия всего разнообразия характеристик и проявлений собственного Я, с адекватными представлениями о собственной личности. Вместе с тем они связывают отсутствие зависимости в анализе и интерпретации информации с хорошо развитой способностью отделения собственного Я от «не Я».

Зависимость когнитивной системы личности от внешнего воздействия (полезависимость) отражается, в свою очередь, в противоположных процессах. Она связана с высокой восприимчивостью к обстоятельствам окружающей личность социальной ситуации, отсутствием четкости и структуры в представлениях о собственном Я, тенденцией к сливанию во взаимодействиях с другими людьми и окружением в целом, склонностью подстраивать собственные установки и мнения под требования внешней действительности. Личности, демонстрирующие высокий уровень выраженности полезависимости, склонны к прочной зависимости от общества, внешних правил и норм, шаблонов и стереотипов [154]. Обоснованность выбора данной методики для реализации задач исследования заключается в необходимости анализа когнитивных психологических особенностей виртуальной личности интернет-пользователя, в том числе, и с точки зрения степени и объема воздействия условий виртуального пространства на представления о собственных характеристиках и качествах

исходя из когнитивной предрасположенности к определенному образу восприятия такого рода воздействий.

5. Опросник «Когнитивные ошибки в ходе интернет-общения» И.С. Лучинкиной.

Методика основана на теории Аарона Бека, Данный опросник позволяет зафиксировать наличие когнитивных ошибок или тенденцию к их проявлению [106]. Особенность данной методики состоит в апробации на неклинической выборке. Кроме того, важным преимуществом является возможность выявления когнитивных искажений в виртуальном пространстве, что позволило конкретизировать развертывание данного параметра когнитивной системы интернет-пользователя в нужном в рамках исследования контексте.

6. Опросник толерантности / интолерантности к неопределенности Т.В. Корниловой.

Данная методика предназначена для измерения личностной характеристики, связанной с анализом ситуации и построением модели поведения в неопределенности и противоречивости окружающей информации. Толерантность к неопределенности (ТН) включает в себе интегральную личностную характеристику, которая проявляется в готовности к новому опыту, изменчивости и неоднозначности окружающей действительности, а также к выходу за пределы принятых ограничений. Интолерантность (ИТН) представляет собой потребность в ясности, упорядоченности опыта, а также неприятию неопределенности внешнего мира. Межличностная интолерантность к неопределенности (МИТН) демонстрирует стремление к определенности и контролю во взаимоотношениях с другими [88]. Данная методика позволяет определить когнитивные качества личности и их влияние на интерпретацию нового уникального опыта, полученного путем взаимодействия пользователя с виртуальным пространством. Этот факт во многом определил выбор данного инструмента для выявления особенностей реализации когнитивных психологических особенностей виртуальной личности.

7. Кто Я? (М. Кун, Т. МакПартланд) (адаптированная версия).

Данная представляет собой нестандартизированное самописание с открытой формой ответов. Данная методика позволила изучить содержательные характеристики идентичности личности [94]. Адаптация данной методики заключалась в расширении спектра анализа собственного Я на сферу виртуального пространства. Респондентам необходимо было проанализировать и прописать характеристики собственного Я в реальном пространстве и виртуальном пространстве. Подобные изменения в реализации методики позволяют оценить различия в идентификационных структурах в их логической связи с конкретным пространством.

8. Тест на самооценку личности: Я-реальное, Я-идеальное (С.А. Будасси) (адаптированная версия).

Данная методика представляет собой психодиагностическую методику самоотношения по двум аспектам совокупности знаний о себе и самооценки [89]. Адаптированная версия методики подразумевает дополнительный анализ виртуальной модальности Я, что позволяет сравнить соотношение реальных характеристик и идеальных (эталонных) качеств с проявлениями виртуального Я личности.

Технология анализа результатов данной методики построена на выявлении связи между рангами оценок по каждому качеству, присвоенному и оцененному для каждой из модальностей Я. Для выявления различий осуществлялось нахождение разности между рангами по каждому качеству в парах идеальное Я и реальное Я, идеальное Я и виртуальное Я, реальное Я и виртуальное Я. Формула для расчета итогового результата выглядит следующим образом: $r = 1 - 0,00075 \times \sum d^2$, где r – коэффициент корреляции, отражающий уровень самооценки респондента. Интервал оценки корреляционной связи принимается в диапазоне от -1 до 1. Интервал от - 0,37 до 0,37 описывает слабую статистическую связь между показателями, от 0,38 до 1 – значимую положительную статистическую связь, от - 0,30 до - 1 – значимую отрицательную связь между показателями.

9. Тест на выявление личностных конструктов (Дж. Келли) (адаптированная версия).

Данная методика представляет собой совокупность методичных приемов субъективного шкалирования. Матрица заполняется в ходе структурированного интервью методом триад, который выступает в качестве механизма выявления первичных конструктов, и строится по принципу сравнения двух элементов с третьим. Строки матрицы традиционно называются конструктами, столбцы — элементами. Конструкты — шкалы субъективного оценивания и измерения, которые применяются личностью для построения образа окружающей действительности. Конструкты — дихотомичны, биполярны. Элементы для выявления конструктов формулируются испытуемыми на предварительном этапе исследования [66]. Матрица личностных конструктов предоставляет возможность для определения количественной представленности и разнообразия оценочных эталонов личности, выявления их содержания и характера, а также связи между элементами анализа и конструктами. Элементы матрицы были определены в пилотном исследовании и дополнительном интервью. Элементы матрицы представлены различными параметрами оценки собственного Я. Адаптация и построение матрицы конструктов подробно описаны в п. 2.2. Главы 2 [213].

ВЫВОДЫ ПО ГЛАВЕ 2

1. Сформулирована и обоснована теоретическая модель исследования, отражающая взаимодействие личности и виртуального пространства как взаимовлияние двух систем, результатом которого является виртуальная личность. Система виртуальной личности интернет-пользователя имеет ряд закономерностей, которые выражаются в психологических особенностях. Сформулированная теоретическая модель закрепила выявленные ранее группы психологических особенностей виртуальной личности.

2. Описаны и обоснованы методологические основы исследования. Изучение психологических особенностей виртуальной личности интернет-пользователя выстраивается на основе деятельностной научной парадигмы, интегративного подхода, который базируется на объединении концепций деятельностного и когнитивного подходов в рассмотрении психологических особенностей личности и процессов ее формирования, а также конструирования виртуальной проекции, а также подходов, разработанных в рамках виртуальной психологии личности и психологии виртуальной личности. Вместе с тем для рассмотрения отдельных концептов в рамках данного исследования применялись категории системного подхода (Б.Ф. Ломов, Л.С. Выготский, А.Р. Лурия), структурно-функционального (П.К. Анохин, Т. Парсонс и др.) подхода и идеи конструктивизма (Ж. Пиаже, Дж. Келли).

3. Предложен перечень психодиагностического инструментария, позволяющего изучить и проанализировать психологические особенности виртуальной личности интернет-пользователя. В качестве группирующей переменной избран параметр активности интернет-пользователя в виртуальном пространстве, который определялся при помощи авторской анкеты А.И. Лучинкиной. Для получения данных об индивидуальных особенностях применялись следующие инструменты: для анализа мотивационных – методика А.И. Лучинкиной «Личность в виртуальном

пространстве», авторская анкета, для инструментальных – авторская анкета для оценки инструментальной компетентности пользователя, для идентификационных и оценочных – тест «Кто Я?» (адаптированная версия), тест на самооценку личности: Я-реальное, Я-идеальное (С.А. Будасси) (адаптированная версия), для когнитивных – опросник ТСОВ-4: полезависимость / полenezависимость (В.В. Селиванов, К.А. Осокина), методика «Когнитивные ошибки в ходе интернет-общения» (И.С. Лучинкина), тест на выявление личностных конструктов (Дж. Келли): субъективная оценка составляющих виртуального пространства и его уникальных характеристик, опросник толерантности / интолерантности к неопределенности (Т.В. Корнилова). В качестве эмпирического инструмента для оценки конъюнктурных особенностей виртуальной личности использовался авторский исследовательский опросник «Индекс виртуализации личности пользователя социальных сервисов». Значимым преимуществом описанного психодиагностического инструментария является комбинирование качественного и количественного анализа, а также сочетание уже известных психодиагностических методик, адаптированных методик и новых методик, разработанных автором исследования.

ГЛАВА 3. ЭМПИРИЧЕСКОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ ПСИХОЛОГИЧЕСКИХ ОСОБЕННОСТЕЙ ВИРТУАЛЬНОЙ ЛИЧНОСТИ ИНТЕРНЕТ-ПОЛЬЗОВАТЕЛЯ

Третья глава исследования посвящена подведению общих итогов констатирующего этапа изучения психологических особенностей виртуальной личности интернет-пользователя, установлению особенностей их реализации на каждом из уровней, обозначению степени сформированности виртуальной личности в соответствии с разворачиванием каждого из ее уровней, организованных конкретными психологическими особенностями (когнитивными, мотивационными, инструментальными идентификационными особенностями виртуализации), выделению и описанию типов виртуальной личности в зависимости от выраженности каждого из видов психологических особенностей.

3.1. Исследование конъюнктурных психологических особенностей виртуальной личности интернет-пользователя

Решение первой задачи исследования предполагает эмпирическое изучение группы процессов виртуализации, в которую в ходе теоретико-методологического анализа были включены погруженность, вовлеченность и включенность, отражающие когнитивный, аффективный и поведенческий компоненты процесса взаимодействия пользователя с виртуальным пространством. Для дальнейшего решения поставленной задачи закономерным является разделение выборки на группы. В качестве группирующего показателя избран уровень активности интернет-пользователей, который определялся при помощи авторского исследовательского опросника для установления уровня интернет-активности (А.И. Лучинкина), позволяющего выделить чрезмерно активных, активных, ситуативных и пассивных пользователей (Рисунок 6).

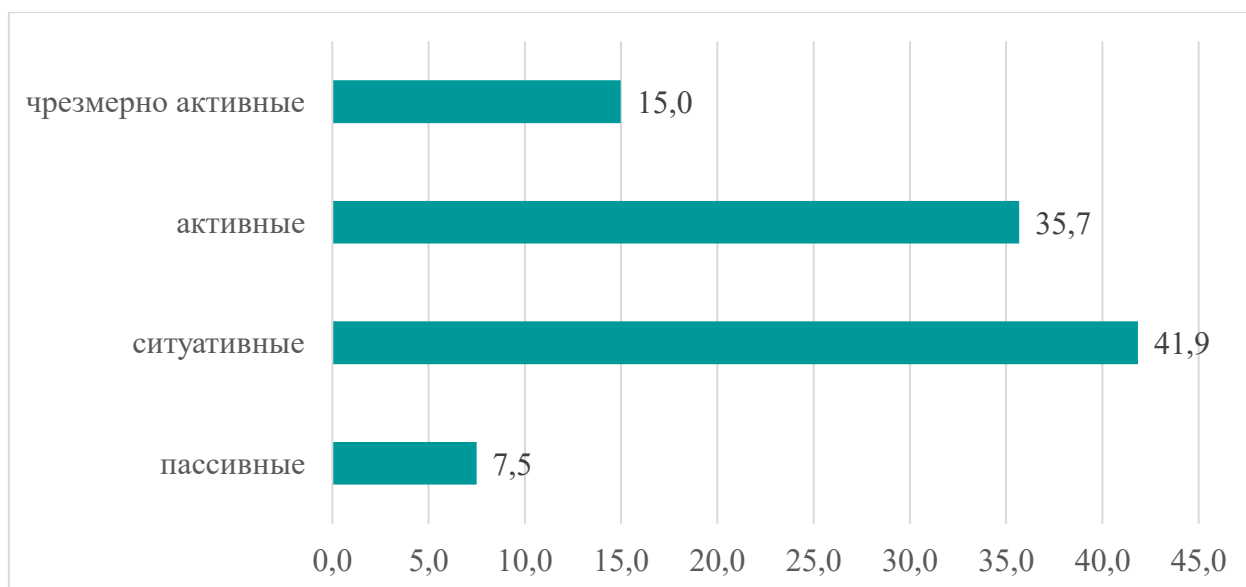


Рисунок 6. Распределение интернет-пользователей согласно выраженности показателей интернет-активности (%)

Категорию **пассивных пользователей** составили респонденты, которые продемонстрировали низкий уровень общей активности (7,5%).

Количественные показатели: среднее количество часов в сутки, проведенное в виртуальном пространстве – от 6 до 8, количество аккаунтов на различных платформах – от 2-4 (представлены игровыми аватарами и аккаунтами на видеохостинговых платформах, 1-2 аккаунта в какой-либо социальной сети), количество подписчиков (фоловеров) на наиболее часто используемой платформе – до 100. Данные респонденты не являются активными пользователями социальных сетей, зарегистрированы на 1-2 платформах, посещаемость данных сервисов низкая (объем затраченного времени в день не превышает 2 часов). Данные пользователи считают, что современный человек «вполне может обойтись без Интернета», «всегда есть альтернативы». Общая активность представлена довольно узким кругом интернет-платформ и в основном ограничивается видеохостингами, игровыми площадками и мессенджерами. В качестве основной характеристики виртуального пространства данные пользователи называют возможность поддержания контакта, решения задач и поиска информации. При этом объем

времени, проведенного в виртуальном пространстве, превышает диапазон «от 6 до 8 часов», что является нетипичным показателем для данной группы пользователей. Вместе с тем при общей сумме низких показателей по всем прочим параметрам данные пользователи включаются по выраженности результатов в описанную группу.

Предпочтение виртуальных платформ распределилось следующим образом: мессенджеры (2,7%), социальные сети (3,5 %), маркетплейсы (2,7%), стриминговые платформы и видеохостинги (79,7%), игровые платформы (11,4%), другие (0,0%).

Ситуативные пользователи обладают умеренным уровнем активности в виртуальном пространстве (41,9%).

Количественные показатели: среднее количество часов в сутки, проведенное в виртуальном пространстве – от 4 до 6, количество аккаунтов на различных платформах – от 3 до 14, количество подписчиков (фоловеров) на наиболее часто используемой платформе – от 100 до 400.

Пользователи данной категории характеризуются использованием достаточно широкого круга виртуальных площадок, имеют более 5 аккаунтов в различных социальных сервисах, при общих низких показателях по количеству подписчиков. Данные пользователи считают, что современному человеку сложно обойтись без Интернета, так как многие процессы в повседневной жизни связаны с виртуальными сервисами. Вместе с тем они считают, что контакт с виртуальным пространством вполне можно ограничить необходимостью и отмечают пользу включения «цифровых детоксов» в повседневную жизнь человека. Общее количество часов, затрачиваемых на социальные сети не превышает диапазон «2-3 часа». Разнообразие используемых платформ для реализации взаимодействия с виртуальным пространством выражается следующим образом: мессенджеры (28%), социальные сети (17,0%), маркетплейсы (21,0%), стриминговые платформы и видеохостинги (29,1%), игровые платформы (0,0%), другие (4,8%).

Категория **активных пользователей** представлена респондентами, отличающимися высокими показателями активности (37,5%). Количественные данные, дополняющие описание данной группы: среднее количество часов в сутки, проведенное в виртуальном пространстве – от 8 до 16, количество аккаунтов на различных платформах – от 6 до 8, количество подписчиков (фоловеров) на наиболее часто используемой платформе – от 700 до 2700. Пользователи данной категории отличаются широким кругом виртуальной активности и высокой длительностью времени, затрачиваемого на взаимодействие с виртуальным пространством. Их активность отличается разнообразием, контакты с другими пользователями также характеризуются многообразием. Вместе с тем данная группа отличается небольшим количеством аккаунтов на различных платформах, что в сопоставлении с достаточно большим объемом общей активности, может свидетельствовать об их избирательности в площадках для реализации виртуальной деятельности, и закономерно подчеркивает сосредоточение значительного удельного веса активности на конкретных, избранных платформах. Среди платформ, которым отдают предпочтение интернет-пользователи из второй группы, можно отметить мессенджеры (7,0%), социальные сети (53,1%), маркетплейсы (1,3%), стриминговые платформы и видеохостинги (20,8%), игровые платформы (16,6%), другие (1,2%).

Чрезмерно активные пользователи представлены респондентами, проявляющими чрезвычайно высокую активность (15,0%). Анкета позволила, вместе с этим, собрать отдельные количественные данные, дополняющие описание данной группы: среднее количество часов в сутки, проведенное в виртуальном пространстве – от 8 до 16, количество аккаунтов на различных платформах – от 8 до 15, количество подписчиков (фоловеров) на наиболее часто используемой платформе – от 1000 до 4100.

Чрезмерно активные пользователи отличаются широким диапазоном разнообразной активности в виртуальном пространстве, значительным объемом времени, проводимого в нем, а также широким кругом

пользователей, с которыми они взаимодействуют. Данная категория пользователей придает большое значение виртуальному пространству, считают его «продолжением их жизни», площадкой для самореализации и самоактуализации. Интернет-пользователи из описываемой группы отдают предпочтения виртуальным платформам в следующем процентном соотношении: мессенджеры (17,6%), социальные сети (52,9%), маркетплейсы (5,9%), стриминговые платформы и видеохостинги (8,9%), игровые платформы (14,7%), другие (0,0%). Полученные результаты позволяют закономерно подчеркнуть, что взаимодействие личности и виртуального пространства имеет разнообразные формы проявления, отличается объемом, разнообразием активности. Вместе с тем остается не прояснённым, какие именно параметры виртуальной активности и процесса взаимодействия в целом влияют на психологические особенности проецирования личности пользователя в виртуальное пространство, и реализуют широкое разнообразие виртуальных проявлений личности в нем. Определенные показатели активности интернет-пользователей и установленные группы создают фундамент и задают траекторию дальнейшего изучения виртуальной личности и ее психологических особенностей.

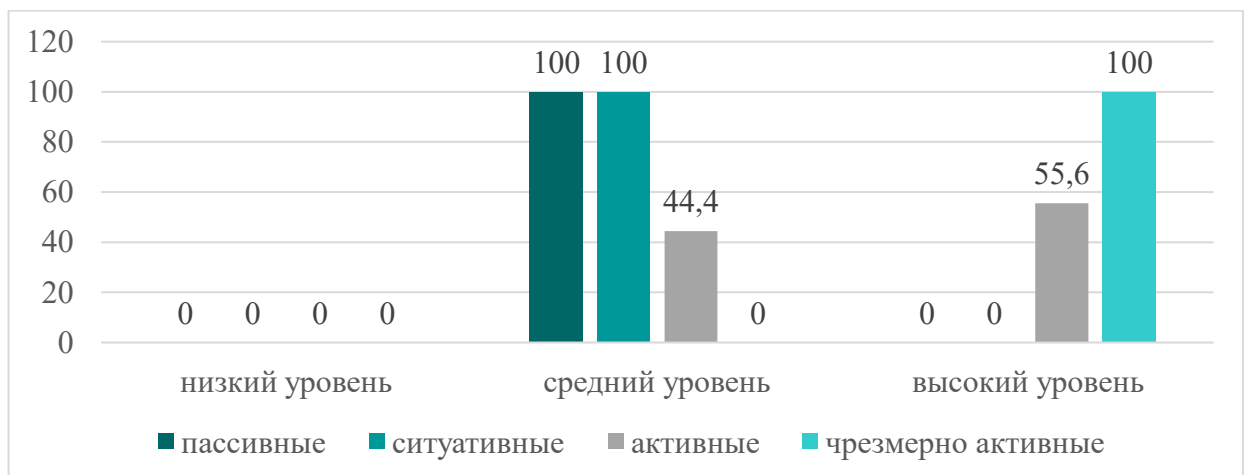


Рисунок 7. Выраженность индекса виртуализации в соответствии с выделенными группами пользователей (%)

Распределение пользователей по группам в соответствии с уровнем индекса виртуализации и выраженностью показателей погруженности, вовлеченности, включенности

	Группа 1 пассивные	Группа 2 ситуативные		Группа 3 активные			Группа 4 чрезмерно активные
ИВ	с	с	с	в	с	в	в
Погруженность	в	в	с	в	с	в	в
Вовлеченность	с	с	с	в	с	с	в
Включенность	с	с	с	с	в	в	в
Количество респондентов	17	20	75	21	36	24	34
Итого	17	95		81			34
%	100,0	21,0	79,0	26,0	44,4	29,6	100,0
% от общего числа респондентов	7,5	8,9	33,0	9,2	15,9	10,6	15,0
<i>Примечание: с – средний уровень выраженности показателей по шкалам, в – высокий уровень выраженности</i>							

Полученные данные демонстрируют различия в выраженности процессов виртуализации, что позволяет в общих показателях активности выявить параметры ее обеспечивающие и выступающие в качестве психологических особенностей виртуальной личности.

Таблица 19

Выраженность конъюнктурных психологических особенностей
(средние значения по шкалам)

	Пассивные		Ситуативные		Активные		Чрезмерно активные	
	СЗ	CV	СЗ	CV	СЗ	CV	СЗ	CV
ИВ	49,0	0,6	59,0	1,1	66,0	2,1	89,0	0,8
Погруженность	41,5	0,6	34,9	0,5	36,0	1,7	48,3	0,4
Вовлеченность	19,5	0,8	29,5	0,9	32,9	1,3	47,3	0,4
Включенность	20,4	0,9	32,3	0,9	39,3	0,9	51,1	0,7
Количество респондентов	17		95		81		34	
% от общего числа респондентов	7,5		41,8		35,7		15,0	
Примечание: СЗ – среднее значение, CV – коэффициент вариации								

Установленные показатели средних значений по каждой из описанных шкал (Таблица 19) позволяют более детально проанализировать психологические особенности в рамках каждой из выявленных ранее групп респондентов.

Группа 1 (пассивные пользователи): респондентам данной группы свойственно проявление показателей среднего уровня выраженности по шкалам «Вовлеченность» и «Включенность» и высокого уровня выраженности по шкале «Погруженность». Для представителей данной группы характерно умеренное вовлечение в социокультурную действительность виртуального пространства, имеющую отражение в нормах и правилах, и умеренное проявление активности. При этом фиксируется значительное преобладание сенсорной стимуляции, помехоустойчивость и формирование эффекта потери времени и эффекта присутствия, являющихся

закономерным следствием высокого уровня погруженности в виртуальное пространство.

Респонденты, описывают свое взаимодействие с виртуальным пространством как «неплохой способ скоротать вечерок», «я часто смотрю видео, помогает сбросить напряжение», «люблю смотреть тревел шоу, безопасный способ для путешествия», «подписка на видеохостингах – гениальная вещь, кому теперь телевизор нужен», «люблю стримы смотреть, здорово наблюдать, сам пытался, но не умею нормально отснять», «сейчас стримы такие, как жизнь, сидишь и смотришь, я так отвлекаюсь от работы, даже по симс снимают». Активность данных пользователей в основном связана с потреблением контента и предпочтения развлекательного характера деятельности, что обусловлено высокими показателями погруженности и подтверждается результатами интервью, и объясняет выявленную ранее особенность в объеме часов, нетипичную для пассивных пользователей.

Группа 2 (ситуативные): для данной группы характерно проявление среднего уровня выраженности показателей по всем имеющимся шкалам (33,0%), а также высокого уровня погруженности и среднего включенности и вовлеченности (8,9%). В данную группу включены умеренно активные пользователи, включенные в ограниченный диапазон взаимодействий в виртуальном пространстве и проявляющие умеренную степень доверия, приверженности нормам виртуального пространства. Вместе с тем для отдельной части респондентов, включенных в данную группу, характерна высокая степень погруженности в виртуальное пространство, что выражается в стремлении к стимуляции органов чувств при помощи различных инструментов (наушники, очки, колонки и др.), что влечет за собой формирование эффекта потери времени и присутствия. Выраженность показателей погруженности, включенности и вовлеченности имеет отражение на высказываниях, зафиксированных в ходе беседы с интернет-пользователями: «мне Интернет нужен, чтобы работать, все чаты там», «я использую Интернет для поиска информации», «не играю в игры, пользуюсь

соц сетями, чтобы общаться или музыку послушать», «Интернет формирует насмотренность, смотрю видео и ленты, чтобы понять, что сейчас модно и интересно», «люблю позалипать в пинтересте в поисках новых идей для дизайна», «в сети удобно делать заказы, как мы раньше без этого были», «я мало что выкладываю, больше чужое читаю, хотя тоже мало, знаете подписываюсь на всяких блогеров, думаю буду что-то новое узнавать, но они быстро в выдаче теряются», «моя страница открыта, мне нечего скрывать, она почти пустая, я скорее ее как мессенджер использую», «я в Интернете как в жизни, мало там нахожусь, но время от времени надолго залипаю, даже после отпуска приходилось делать цифровой детокс, так привык там залипать в рилсах и лентах», «рилсы смотрю редко, в ТГ тоже редко, неудобно переходить с канала в канал, лишние телодвижения», «новости читаю, каналы всякие, «подслушано» там, например». Респонденты с высоким уровнем погруженности, также транслируют данный параметр в своих самоотчетах: «люблю подкасты, это моя жизнь, такое ощущение, что я болтаю с друзьями», «в сети в основном смотрю видео и слушаю музыку, могу проскролить ленту, но тогда тоже включаю музыку в наушниках, чтобы было веселее», «перед сном наскролюсь потом всю ночь снятся рилсы», «обожаю смотреть видео с животными, их бесконечно много, они не заканчиваются».

Группа 3 (активные): данная группа включает три подгруппы в соответствии с выраженностью уровней погруженности, вовлеченности и включенности:

Первая подгруппа: представлена 9,2% интернет-пользователей, принявших участие в исследовании. Для данной группы характерно проявление высокого уровня выраженности показателей по шкалам «Погруженность» и «Включенность» и среднего уровня выраженности по шкале «Вовлеченность» при высоком индексе виртуализации. Подобные результаты позволяют сделать вывод об устойчивом длительном погружении во взаимодействие с виртуальным пространством и относительной помехоустойчивости в данном процессе, высокой сенсорной стимуляцией в

реализации различных форм активности, которая также реализуется в большом объеме. Психологические особенности, связанные с выраженностью показателей вовлеченности, проявляют себя в менее активном отстаивании норм виртуального пространства и ориентации на них в своей деятельности.

В самоотчетах данных пользователей встречаются следующие высказывания: «для меня нет разницы между Интернетом и жизнью, что там общаюсь, что здесь», «люблю послушать о жизни блогеров или своих друзей в историях», «листаю рилсы в наушниках, чтобы поднять настроение», «не могу себе представить утро без скроллинга рилсов, считай день не задался, это сильно поднимает мне настроение», «если скучно всегда можно поскролить ленту или глянуть рилсы, музыка и шутки в них дают ощущение жизни», «обычная жизнь – рутина, в социальных сетях я по-настоящему живу». Также респонденты отмечают, что повышенная активность в течение нескольких часов улучшает эмоциональный фон «я люблю общаться в соцсетях, это весело, люблю отправлять мемы и стикеры», «когда я играю или сижу в мессенджерах, я чувствую, что у меня много друзей, они меня понимают, нам нравятся одинаковые вещи (ценности и формы активности – прим. автора)», «в игре я испытываю яркие эмоции, адреналин, мне нравится», «я люблю позалипать на рилсы или посидеть на видеохостингах», «игра прокачивает мышление, работа монотонная, мне скучно», «сейчас игры такие, и играешь и фильм смотришь, да даже жизнь живешь», «в игре я смелый и активный, в реале мне сложно выстраивать контакт, мне вообще часто говорят, что в облаках летаю», «ну слушайте на играх зарабатывают хорошо, может это моя профессия будущая». 37,5% из пользователей данной группы также отметили важность реакций других пользователей в виртуальном пространстве («здорово, когда выложил что-то и посыпались сердечки», «я выкладываю фотки, чтобы похвастаться. Не выложил фото считай не было этого», «обожаю просматривать свою историю после публикации, там всегда лайки летят как сердечки, мне очень это нравится»). При этом пользователи отмечают, что «в Интернете, как и в жизни важно следить с кем контактируешь», «хорошо, что

можно ограничить общение в сети, удалить там или вообще забанить», «в Интернете всякие бывают, ничему верить нельзя, все нужно фильтровать». Подобные высказывания демонстрируют значимость виртуальных норм для данной категории пользователей при общем уровне недоверия к информационному контексту, что вполне сопоставимо с умеренным уровнем вовлеченности.

Вторая подгруппа: представлена 15,9% интернет-пользователей, принявших участие в исследовании. Для данной группы характерно проявление высокого уровня выраженности показателей по шкалам «Погруженность» и «Вовлеченность» и среднего уровня выраженности по шкале «Включенность» при общем высоком уровне выраженности индекса виртуализации. Выраженность показателей виртуализации у данной группы респондентов свидетельствует о высоком уровне охваченности органов чувств в процессе контакта с виртуальным пространством, помехоустойчивостью взаимодействия, которая характеризуется формированием эффекта потри времени. Вместе с тем для пользователей данной группы характерна приверженность правилам и нормам виртуального пространства, формирование устойчивого чувства принадлежности к виртуальному миру. При этом для данной группы наблюдается тенденция к снижению показателей включенности, что предполагает снижение объема общей активности пользователей.

Полуструктурированное интервью фиксирует сходие с предыдущими группами формулировки убеждений в отношении виртуального пространства. Среди оригинальных высказываний: «в сети я отдыхаю, смотрю видео, меня это расслабляет», «люблю смотреть тревел-шоу, такое чувство, что сам путешествуешь», «в Интернете мне все понятно, я знаю как там все устроено, а если не знаю - гуглю», «Интернет – это удобно, я не парюсь, когда мне нужно что-то найти, в сети есть все», «я много общаюсь в сети, многие мои друзья живут далеко, это единственный способ поддержки связи», «я слежу за трендами, стараюсь соответствовать, это легко, я подписана на блогеров,

которые рассказывают, как нужно оформлять аккаунт, оформляю, но сама ничего не снимаю, только фотки иногда выкладываю». Подобные высказывания свидетельствуют о наличии убеждений о достоверности виртуальной информации, а также об утилитарном характере активности. Пользователи данной группы свою виртуальную деятельность характеризуют при помощи потребительских характеристик, вместе с тем подчеркивая низкий уровень преобразующей активности («наблюдаю за блогерами», «веселый способ заработка, но слишком как-то сложно, не охота время тратить», «иногда появляется желание постить что-то, пишу контент-план даже, но надолго не хватает»).

Третья подгруппа: представлена 10,6% интернет-пользователей, принявших участие в исследовании. Для данной группы характерно проявление среднего уровня выраженности показателей по шкалам «Погруженность» и «Вовлеченность» и высокого уровня выраженности по шкале «Включенность». Представители четвертой группы демонстрируют снижение показателей по шкалам, отвечающим за объем и устойчивость сенсорного воздействия со стороны виртуального пространства и степень ощущения своей принадлежности и приверженности «правилам игры» в пространстве. При этом фиксируются значительно высокие показатели, отражающие общий объем активности пользователя и разнообразие форм его виртуальной деятельности.

Самоотчеты в большом объеме содержат высказывания характеризующие активные действия и взаимодействия в виртуальном пространстве: «в сети я в основном общаюсь с друзьями», «всегда лайкаю понравившиеся посты, люблю комментировать», «сначала стеснялась, но сейчас все чаще выкладываю истории и рилсы», «учусь вести блог, сложновато конечно», «старательно оформляю все посты по трендам, иногда залетают, иногда в ноль, не могу понять, что я делаю не так», «подписчиков много, хотелось, конечно же больше, но, просто, как-то нет прироста пока. Другие выкладывают провокации и слезы, страсти прям, на это ведутся, мне не

хочется так», «я всегда продумываю каждый пост, делаю рилсы по трендам, но все равно стараюсь добавить своего, один раз даже сама тренд запустила, под сто тысяч лайков было и другие повторяли активно, давно было, больше пока не получается так залететь», «я придумала свой стиль оформления, у меня страница четко выдержана в моем стиле, меня это вдохновляет самовыражаться, я даже стихи свои стала выкладывать», «я думаю, потом лайки ставлю, это ж потом все мне в выдаче прилетать будет, мне лишнего не надо», «с популярностью пришли хейтеры, пишут комменты и директ забивают». Исходя из этого пользователей данной группы можно отнести к создателям контента, при этом его потребление осуществляется в умеренной форме. Данный вывод подтверждают результаты интервью.

Таким образом, в данной группе (активные пользователи) зафиксировано широкое разнообразие форм взаимодействия личности и виртуального пространства, которое проявляется через различные параметры процесса виртуализации.

Группа 4 (чрезмерно активные): для данной группы характерно проявление высокого уровня выраженности показателей по всем трем шкалам (погруженность, вовлеченность, включенность) в сочетании с высоким уровнем индекса виртуализации. Подобная выраженность показателей у респондентов свидетельствует о прочной устойчивой связи с виртуальным пространством и всей полнотой его проявлений. Интернет-пользователи данной категории отличаются высокой степенью погруженности в виртуальные процессы, что проявляется в формировании чувства присутствия и потери ощущения временного потока. Подобный уровень прочности контакта с виртуальным пространством приводит к усилению всех эффектов воздействия виртуальных проявлений на личность. При этом для данной группы характерно формирование четкого ощущения принадлежности к виртуальному пространству, его нормам и правилам, высокая степень доверия информационному контенту и стремление к сохранению, защите установленного в виртуальном пространстве порядка. Также для подобного

уровня выраженности показателей у респондентов, включенных в первую группу, характерно широкое включение в разнообразные виды активности в виртуальном пространстве и высокая степень психологической соотнесенности себя (своего Я) с данной деятельностью, что проявляется в реализации широкого диапазона активностей на большом количестве платформ с использованием всей полноты их возможностей при сочетании преобразующей и потребительской деятельности.

Подобные результаты подтверждаются самоотчетами респондентов, полученными в ходе полуструктурированных интервью. Представители данной группы утверждали, что использование наушников при просмотре видеоконтента, прослушивания музыки или подкастов, а также в игровой деятельности, позволяет максимально погрузиться в процесс и «прочувствовать на все сто происходящее», «ощутить себя частью происходящего» и «оживить для себя все, что происходит» (в виртуальном пространстве – прим. автора). Вместе с тем для данной группы свойственны убеждения о том, что «в сети все равны», «мир и жизнь в нем понятна и ясна, правила тоже вполне понятны, нарушаешь – бан», «в контакте (социальная сеть ВКонтакте – прим. автора) все просто, я согласен с правилами, если ты распространяешь неприятный контент или угрожаешь, нужно наказывать, я бы заблокировал сразу», «если с тобой случилась несправедливость или кто-то обидел, всегда можно заснять и выложить в сети, народ накажет обидчика». Пользователи данной группы отмечают также удобство и функциональную наполненность виртуальных платформ: «Интернет – это удобно. Он сильно упрощает мне жизнь, решает многие задачи», «я подрабатываю в сети, самый простой способ заработать», «я не особо блогер, но развиваю свою страницу на всякий случай», «не представляю свою жизнь без Интернета, это определенно уже часть моей жизни». Многие из респондентов (41,2%) данной группы заявили о том, что для них важнее поделиться успехами в виртуальном пространстве нежели в реальном, там пользователи получают «весомый отклик», «всегда можно найти поддержку», «есть много таких как я».

Исходя из этого, контакт личности и виртуального пространства представляет собой сложный и многоплановый процесс, для анализа которого необходим широкий диапазон маркеров. Выделение в группе конъюнктурных психологических особенностей процессов виртуализации (погруженности, вовлеченности и включенности) как отдельной составляющей, как показывает распределение на группы, позволяют углубить анализ психологических особенностей взаимодействия личности и виртуального пространства. Особенности виртуальной личности напрямую зависят от объема взаимодействия с виртуальным пространством и широты диапазона взаимодействий, так как они составляют объем и уникальность нового индивидуального опыта, который подвергается интерпретации и встраиванию в личностную систему. При этом как показывают результаты каждой из групп превалирование выраженности отдельных процессов виртуализации (погруженности, вовлеченности, включенности) напрямую отражаются в особенностях взаимодействия личности и виртуального пространства и соответственно в проявлениях виртуальной личности.

Статистический анализ (критерий Крускала-Уоллеса) для выявления различий между группами пользователей по параметрам **конъюнктурных** психологических особенностей продемонстрировал значимые различия между группами пользователей по выраженности индекса виртуализации ($H_{эмп} = 55,131, p \leq 0,001$) и показателей погруженности ($H_{эмп} = 23,111, p \leq 0,001$), вовлеченности ($H_{эмп} = 82,145, p \leq 0,001$) и включенности ($H_{эмп} = 56,517, p \leq 0,001$).

Подобные результаты свидетельствуют о том, что при возрастании интернет-активности осуществляется рост показателей виртуализации личности. При этом следует отметить, что наиболее значимые различия фиксируются по показателям включенности и вовлеченности интернет-пользователя, что позволяет заключить об их решающей роли в регулировании процессов виртуализации. Таким образом, процессы виртуализации выступают в качестве регулирующего элемента в контексте реализации

активности пользователя в виртуальном пространстве. Результаты анализа также позволяют подтвердить, выдвинутое в ходе теоретического анализа предположение о виртуализации как осевой структуре для уровней виртуальной личности, запускающей и направляющей другие виды психологических особенностей, при общей сохранности целостности обеих систем (личности и виртуального пространства).

3.2. Исследование индивидуальных психологических особенностей виртуальной личности интернет-пользователя в соответствии с уровнем ее интернет-активности

Решение следующей задачи исследования предполагает эмпирическое изучение группы индивидуальных психологических особенностей виртуальной личности интернет-пользователя, которые представлены когнитивными, мотивационными, инструментальными и идентификационными особенностями. Решение данной задачи включает анализ особенностей когнитивных характеристик пользователя, их влияния на интерпретацию нового опыта и условий виртуальной среды, выявление связи отдельных когнитивных стилей личности и характеристик, присущих виртуальной личности пользователя, выявление и анализ особенностей категориальной системы пользователей, системы оценок и эталонов, имеющих значимость для интернет-пользователя, установление и анализ мотивов пользователя, которые направляют его активность в виртуальном пространстве и определяют ее объем и смысл, анализ и описание инструментальной компетентности пользователей (умений и навыков) и выявление ее уровней, выявление особенностей соотношения Я-реального, Я-идеального и Я-виртуального личности пользователя.

Анализ когнитивного уровня виртуальной личности интернет-пользователя, психологических особенностей его организующих и регулирующих опирается на рассмотрение параметров познавательной

системы пользователя и особенностей его интерпретационных категорий. Для анализа когнитивных особенностей применялись опросник ТСОВ-4: полезависимость / полenezависимость (В.В. Селиванов, К.А. Осокина) [154], новый опросник толерантности / интолерантности к неопределенности (Т.В. Корнилова) [88] и методика «Когнитивные ошибки в ходе интернет-общения» (И.С. Лучинкина) [110], которые позволили выявить особенности когнитивной сферы интернет-пользователей. Вместе с тем был применен метод построения матрицы личностных конструктов для выявления категорий интерпретационной системы пользователей, принявших участие в исследовании, которые позволяют проследить процесс интерпретации индивидуального опыта и интериоризации результатов взаимодействия личности с виртуальным пространством.

Опросник ТСОВ-4: полезависимость / полenezависимость продемонстрировал наибольшую выраженность показателей низкого уровня полenezависимости (82,4%) для группы пассивных пользователей. Для группы ситуативных пользователей характерна наибольшая выраженность показателей среднего уровня (70,5%) и значительная выраженность показателей низкого уровня полenezависимости (29,5%). В группе активных и чрезмерно активных интернет-пользователей наблюдается наибольшая выраженность показателей среднего уровня (72,8%, 79,4% соответственно). Для активных пользователей также зафиксирована выраженность показателей высокого уровня независимости (27,2%), а для чрезмерно активных – показателей низкого уровня полenezависимости (14,7%) (Рисунок 8).

Подобные результаты свидетельствуют о том, что для активных и интернет-пользователей характерна более высокая степень автономии и самодостаточности в суждениях и оценках. Пользователи из данной категории в разной мере свободны от стереотипного мышления и поведения. Им свойственно иметь ясное и четкое представление о мире и самих себе.

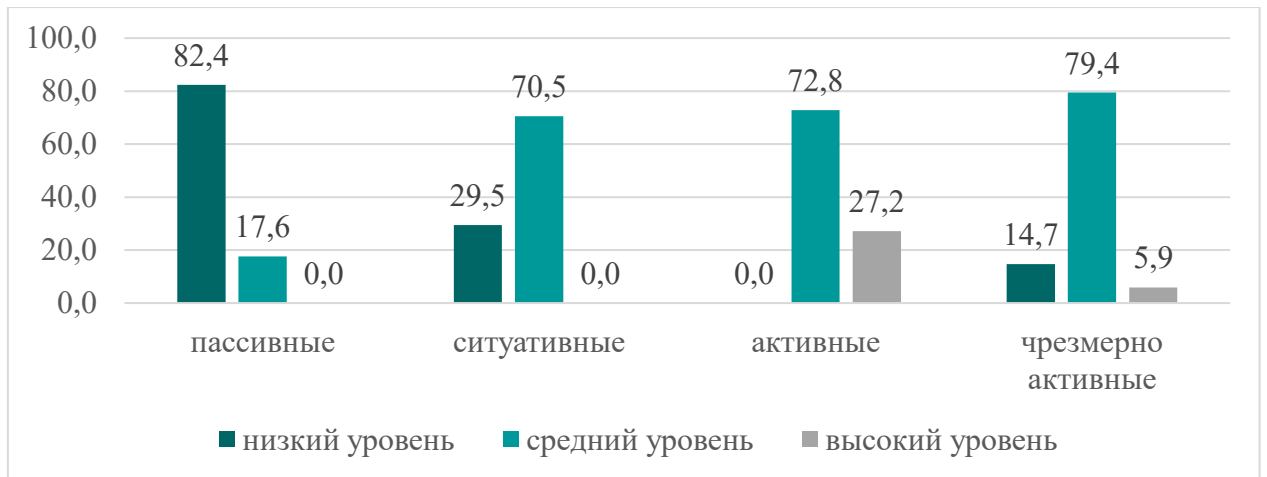


Рисунок 8. Выраженность показателей полнезависимости по группам интернет-пользователей

Респонденты данных групп обладают целостностью в восприятии окружающего мира и самих себя и высоким уровнем саморегуляции, а также высоким уровнем развития способности к отделению своего Я от «не Я». Для пассивных и ситуативных интернет-пользователей, как показывают результаты исследования, свойственно ориентироваться на внешние факторы в анализе информации, отсутствие автономности суждений и слабая дифференцированность представлений об окружающем мире и самих себе. Пользователи, демонстрирующие данный когнитивный стиль, являются в значительной мере ведомыми и зависимыми от внешних (социальных) требований, для них свойственно подстраиваться под контекст и опираться на помощь окружения. При этом результаты исследования позволяют отметить наличие у респондентов из группы чрезмерно активных пользователей значимого числа пользователей, демонстрирующих наличие полнезависимого когнитивного стиля. Полученные результаты позволяют закономерно заключить, о связи уровня полнезависимости с уровнем активности интернет-пользователя, при чем высокий уровень когнитивной зависимости влечет за собой не только низкий уровень активности, но и приводит к чрезмерной активности пользователя. Статистическая обработка данных позволила зафиксировать данный факт при помощи установления корреляционной связи между показателями полнезависимости и уровнем активности интернет-

пользователя (эмпирическое значение – $r_{xy} = 0,543$, при $p \leq 0,01$, при критическом $r_{xy} = 0,182$).

Вместе с тем, корреляционный анализ результатов респондентов продемонстрировал значимую статистическую связь между показателями индекса виртуализации и показателями полнезависимости (эмпирическое значение – $r_{xy} = 0,514$, при $p \leq 0,01$, при критическом $r_{xy} = 0,182$), а также показателями включенности и показателями полнезависимости (эмпирическое значение – $r_{xy} = 0,425$, при $p \leq 0,01$, при критическом $r_{xy} = 0,182$). Подобные результаты математической обработки позволяют закономерно заключить, что полнезависимость личности напрямую воздействует на степень виртуализированности пользователя и на его включенность в разнообразную активность.

Методика для установления уровня толерантности / интолерантности к неопределенности (Т.В. Корнилова) позволила произвести анализ данных по когнитивному стилю, отражающему гибкость в отношении неясных или не до конца ясных ситуаций, подразумевающих вариативность развития событий (Рисунок 9).

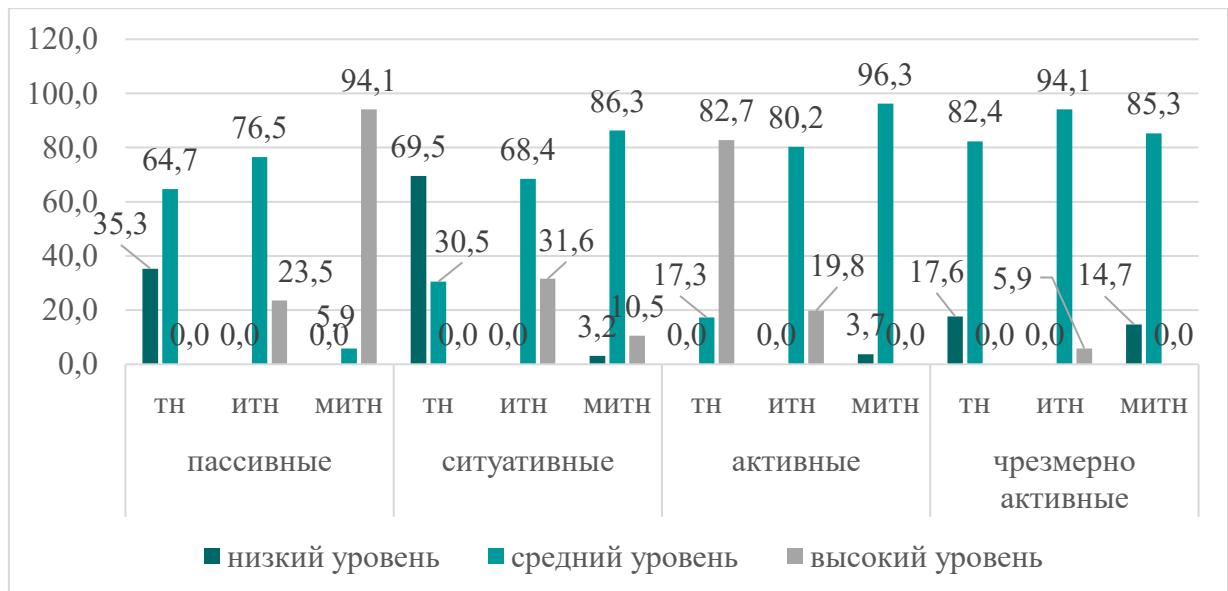


Рисунок 9. Выраженность показателей толерантности к неопределенности (ТН), интолерантности к неопределенности (ИТН), межличностной интолерантности к неопределенности (МИТН)

Для группы пассивных и ситуативных пользователей фиксируется наибольшая выраженность показателей низкого уровня толерантности к неопределенности (35,3% и 69,5% соответственно). Среди респондентов, включенных в группу активных пользователей, наблюдается выраженность показателей высокого уровня толерантности к неопределенности (82,7%).

Подобные результаты свидетельствуют о присутствии негибкого анализа информации и стремления к ясности и четкости в интерпретации событий для пассивных и ситуативных пользователей. Смещение показателей толерантности к неопределенности в сторону выраженности среднего уровня и значимая выраженность показателей низкого уровня толерантности к неопределенности (17,6%) фиксируется в результатах пользователей, обладающих чрезмерной интернет-активностью, что позволяет заключить, что потребность в определенности влечет за собой также и изменение равновесия взаимодействия пользователя и виртуального пространства в сторону чрезмерной активности.

Таким образом, негибкость в отношении нестабильности окружающей действительности влечет ограничение объема взаимодействия с виртуальным пространством, как изменчивым и вариативным, но при этом для определенной части пользователей данная психологическая особенность выступает в качестве стимулятора виртуальной активности.

Межличностная интолерантность в выраженных значениях высокого уровня присуща для группы пассивных интернет-пользователей (94,1%). Низкий уровень интолерантности в межличностном взаимодействии позволяет подчеркнуть выраженность у данных пользователей стремления к ясности и контролю во взаимодействиях с другими, определенности в посылках и требованиях при социальной активности. Следует отметить, что подобная выраженность показателей не фиксируется в группе чрезмерно активных пользователей.

Статистическая обработка полученных данных дает возможность установить существенную связь между показателями толерантности

пользователя и уровнем его активности (эмпирическое значение – $r_{xy} = 0,671$, при $p \leq 0,01$, при критическом $r_{xy} = 0,182$). Зафиксирована корреляционная связь между показателями индекса виртуализации и показателями толерантности к неопределенности (эмпирическое значение – $r_{xy} = 0,553$, при $p \leq 0,01$, при критическом $r_{xy} = 0,182$), и обратную связь с показателями межличностной интолерантности к неопределенности (эмпирическое значение – $r_{xy} = - 0,701$, при $p \leq 0,01$, при критическом $r_{xy} = 0,182$), между показателями вовлеченности и показателями толерантности к неопределенности (эмпирическое значение – $r_{xy} = 0,348$, при $p \leq 0,01$, при критическом $r_{xy} = 0,182$), и показателями межличностной интолерантности к неопределенности (эмпирическое значение – $r_{xy} = - 0,389$, при $p \leq 0,01$, при критическом $r_{xy} = 0,182$), между показателями включенности и показателями толерантности к неопределенности (эмпирическое значение – $r_{xy} = 0,421$, при $p \leq 0,01$, при критическом $r_{xy} = 0,182$), и показателями межличностной интолерантности к неопределенности (эмпирическое значение – $r_{xy} = - 0,606$, при $p \leq 0,01$, при критическом $r_{xy} = 0,182$),

Исходя из проведенного анализа следует, что склонность к поиску определенности, ясности и контролируемости во взаимодействии с виртуальным пространством подтверждается статистической взаимосвязью индекса виртуализации и включенности с показателями толерантности к неопределенности. Следовательно, гибкость в адаптации к неопределенным и неясным условиям повышает включенность пользователя в разнообразную виртуальную активность. Зафиксирована взаимосвязь включенности и вовлеченности с межличностной интолерантностью пользователя, что позволяет сделать вывод о стремлении пользователей к установлению ясности и определенности во взаимоотношениях с другими пользователями, контролируемости ситуации контакта и коммуникации, что приводит к более низкому уровню включенности в виртуальные процессы и вовлеченности во взаимодействие с виртуальным пространством.

Методика «Когнитивные ошибки в ходе интернет-общения» (И.С. Лучинкина) позволила более детально изучить особенности реализации функций когнитивной системы пользователей во время взаимодействия с виртуальным пространством. Данная методика позволяет выявить не только особенности когнитивных процессов, но и оценить погрешности, которые в них могут присутствовать и оказывать значительное влияние на интерпретацию информации и нового индивидуального опыта (Рисунок 10).

Для первой группы респондентов характерна выраженность средних показателей по всем группам когнитивных ошибок, что свидетельствует о тенденции к проявлению каждого из видов когнитивных ошибок. Наибольшая выраженность показателей высокого уровня наблюдается по шкалам «обесценивание позитивного» (41,2%) «эмоциональное обоснование» (82,4%) и «персонализация» (47,1%). Для данной группы респондентов характерно снижение значимости положительных оценок и реакций, обесценивание своих достижений, анализ и интерпретация событий на основании сложившегося убеждения, базирующегося на эмоциональном отношении к событию или явлению, а не на рациональном анализе, а также восприятие своих действий и поступков как центральных причин происходящих событий.

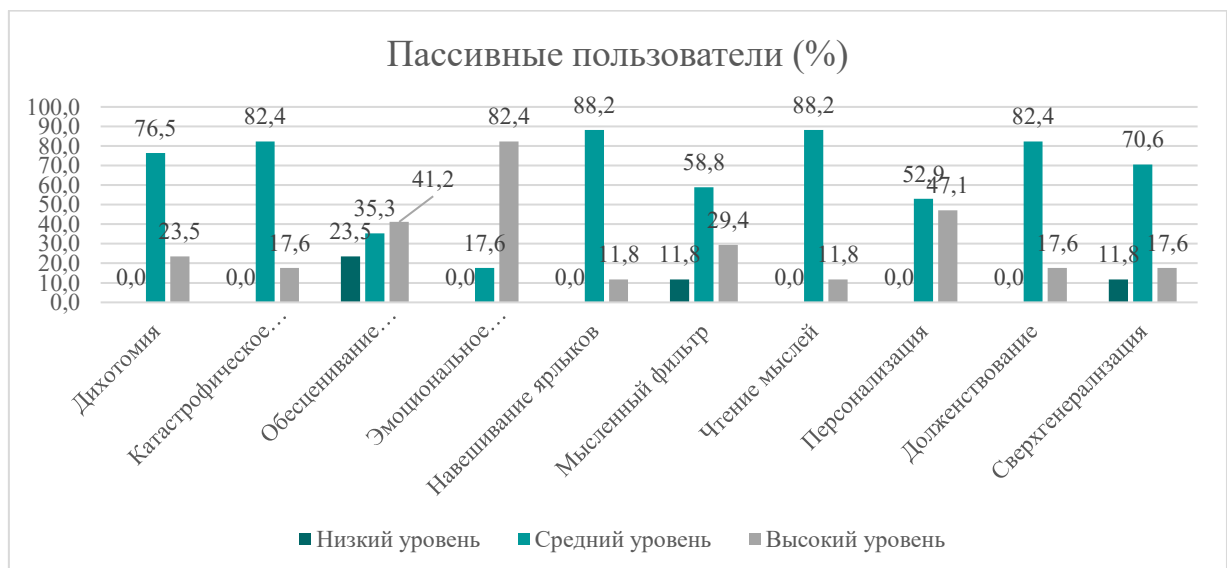


Рисунок 10. Распределение уровней выраженности показателей когнитивных ошибок, %

Во второй группе респондентов также по большинству групп когнитивных ошибок наблюдаются средние показатели, при этом высокие значения фиксируются по шкалам «эмоциональное обоснование» (75,8%) и «персонализация» (94,7%). Исходя из подобных результатов можно заключить, что для пользователей второй группы свойственно возлагать ответственность за все происходящие события на себя и свои действия, а также опора в принятии решений или оценки ситуаций на внутренние ощущения, в основном эмоционального характера (Рисунок 11).

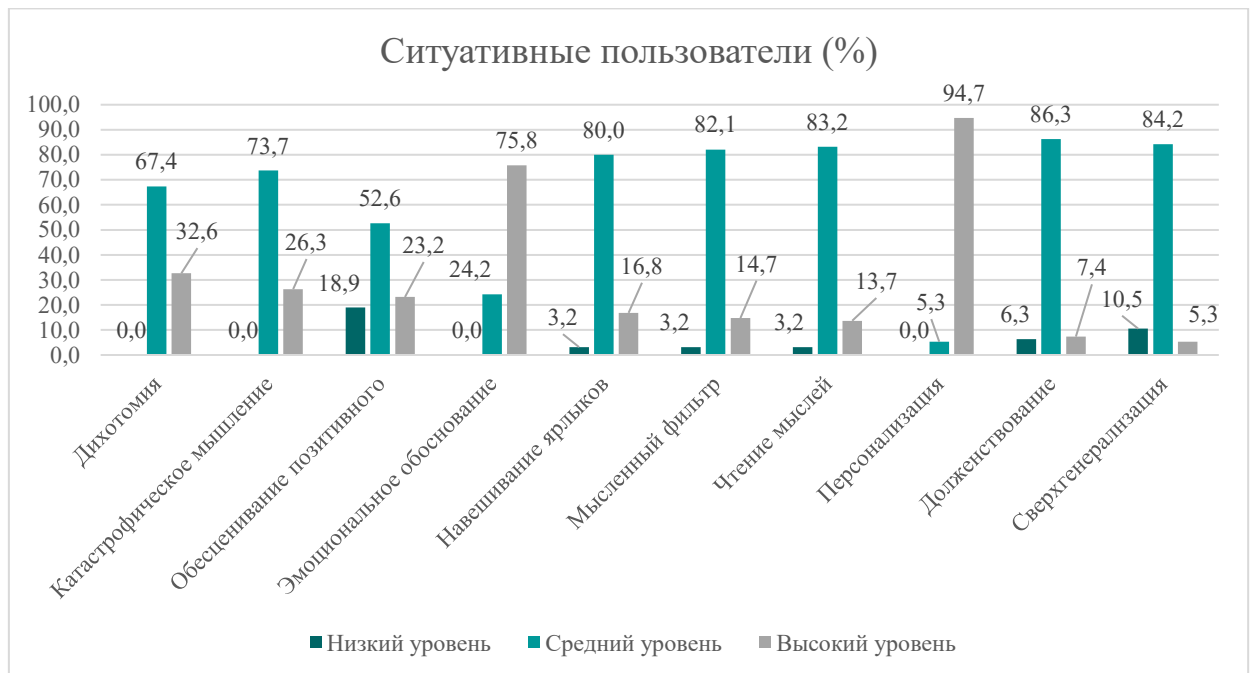


Рисунок 11. Распределение уровней выраженности показателей когнитивных ошибок, %

Результаты по третьей группе пользователей демонстрируют выраженность средних уровней показателей по всем шкалам. При этом наблюдается значимая выраженность показателей высокого уровня в степени проявления когнитивной ошибки «эмоциональное обоснование» (28,4%), «навешивание ярлыков» (24,7%) и «персонализация» (32,1%).

Наличие данных когнитивных ошибок у вполне весомой части респондентов свидетельствует о склонности к анализу и интерпретации событий на основании сложившегося убеждения, базирующегося на эмоциональном отношении к событию или явлению, а не на рациональном

анализе, наделению безусловными качествами себя и окружающих, возложению ответственности за все происходящие события на себя и свои действия (Рисунок 12).

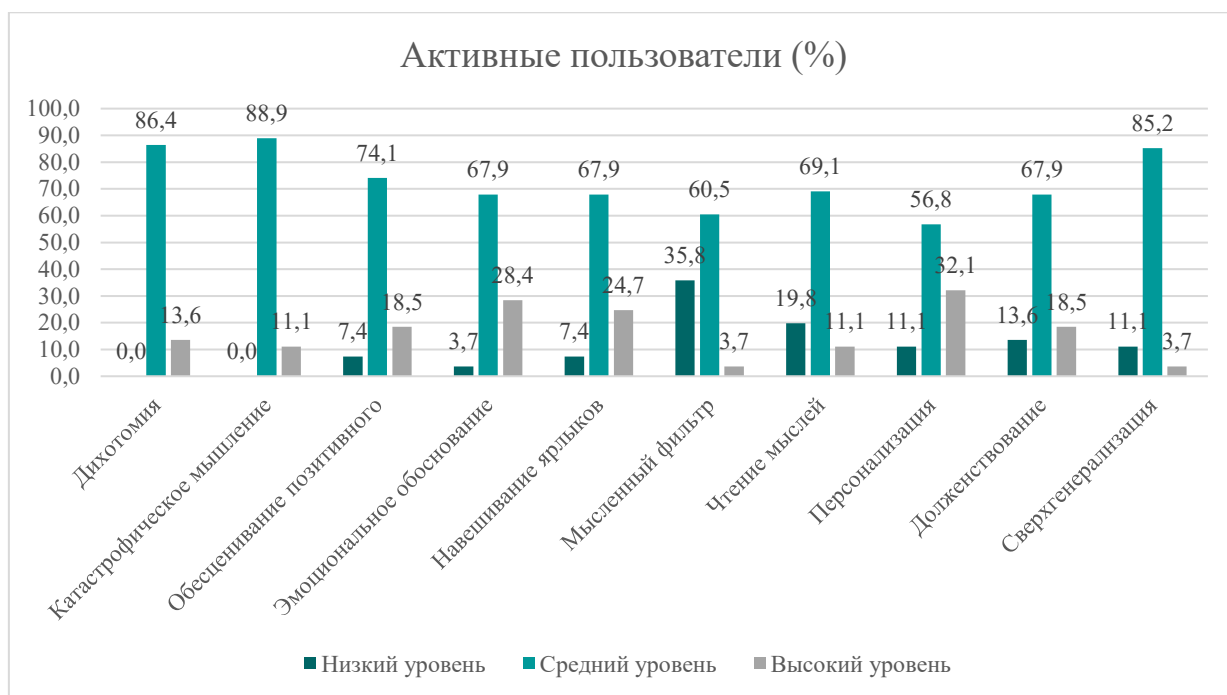


Рисунок 12. Распределение уровней выраженности показателей когнитивных ошибок, %

Для четвертой группы пользователей характерно наличие выраженности среднего уровня проявления по всем группам когнитивных ошибок. При этом наблюдается значимая выраженность показателей высокого уровня по шкалам «дихотомия» (26,5%), «катастрофическое мышление» (35,3%), «эмоциональное обоснование» (35,3%).

Пользователи, включенные в описываемую группу, в большинстве своем демонстрируют наличие когнитивных ошибок, которые приводят к склонности к проявлению двуполярной системы оценок, превалированию негативных оценок ситуаций, фактов и других пользователей, к опоре в принятии решений или оценки ситуаций на внутренние ощущения, в основном эмоционального характера (Рисунок 13).

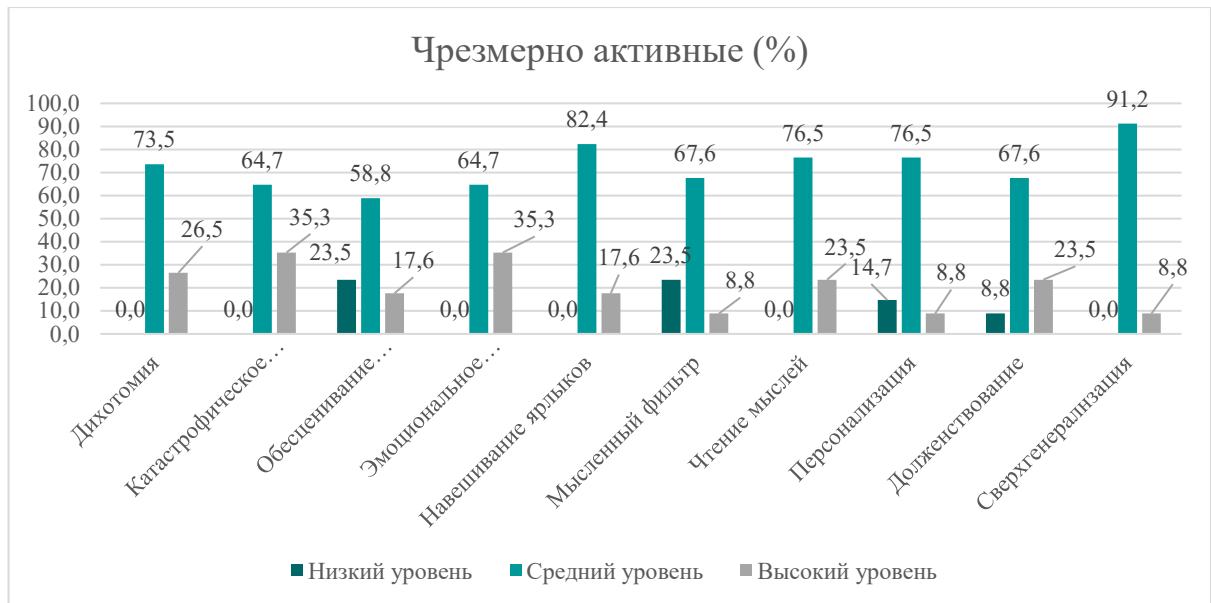


Рисунок 13. Распределение уровней выраженности показателей когнитивных ошибок, %

Статистическая обработка результатов методики позволила обнаружить значимую корреляционную связь обратного характера между показателями индекса виртуализации и показателями когнитивной ошибки «эмоциональное обоснование» (эмпирическое значение – $r_{xy} = -0,569$, при $p \leq 0,01$, при критическом $r_{xy} = 0,182$), «обесценивание позитивного» (эмпирическое значение – $r_{xy} = -0,563$, при $p \leq 0,01$, при критическом $r_{xy} = 0,182$) и «персонализация» (эмпирическое значение – $r_{xy} = -0,459$, при $p \leq 0,01$, при критическом $r_{xy} = 0,182$); показателями включенности и показателями когнитивной ошибки «персонализация» (эмпирическое значение – $r_{xy} = -0,487$, при $p \leq 0,01$, при критическом $r_{xy} = 0,182$), «эмоциональное обоснование» (эмпирическое значение – $r_{xy} = -0,344$, при $p \leq 0,01$, при критическом $r_{xy} = 0,182$), показателями вовлеченности и показателями когнитивной ошибки «эмоциональное обоснование» (эмпирическое значение – $r_{xy} = -0,327$, при $p \leq 0,01$, при критическом $r_{xy} = 0,182$). Подобные результаты свидетельствуют о том, что оценивание и анализ ситуации с позиции эмоционального контекста, путем обесценивания достижений и возложения ответственности за происходящее на свои действия приводит к снижению уровня активности интернет-пользователя, объема его взаимодействия с виртуальным

пространством, снижению уровня виртуализации, включенности и вовлеченности в виртуальные процессы.

Статистический анализ (критерий Крускала-Уоллеса) по параметрам когнитивных особенностей продемонстрировал значимые различия между группами по выраженности показателей когнитивных ошибок по шкалам «эмоциональное обоснование» ($H_{эмп} = 21,495$, $p \leq 0,001$), «персонализация» ($H_{эмп} = 15,683$, $p \leq 0,001$), а также по выраженности показателей по шкалам «толерантность к неопределенности» ($H_{эмп} = 29,254$, $p \leq 0,001$), «интолерантность к неопределенности» ($H_{эмп} = 8,353$, $p \leq 0,05$), «межличностная интолерантность к неопределенности» ($H_{эмп} = 13,334$, $p \leq 0,005$), «полнезависимость» ($H_{эмп} = 15,161$, $p \leq 0,001$). Исходя из этого, активность пользователя зависит от когнитивных особенностей, которые реализуют ее направленность (Таблица 20). Для пользователей с низким и умеренным уровнем активности характерно оценивание ситуаций с опорой на внутренние ощущения, на основании сложившегося убеждения, базирующегося на эмоциональном отношении к событию или явлению, а не на рациональном анализе. Для ситуативных пользователей характерна концентрация в анализе ситуации на своих действиях как ключевом воздействующем факторе. Установлено, что активность пользователей взаимосвязана со стремлением к установлению ясности во взаимоотношениях с другими людьми и низким уровнем гибкости в ситуациях неопределенности.

Зависимость от факторов окружающей действительности, подверженность воздействию стереотипов и общественного мнения, отсутствие гибкости в неопределенных, меняющихся или вариативных для восприятия ситуациях связаны с уровнем активности интернет пользователя. Данные когнитивные особенности влекут за собой снижение объема взаимодействия личности и виртуального пространства, уровня виртуализации личности. При этом исследование позволяет зафиксировать, что для отдельной части выборки снижение уровня показателей полнезависимости и толерантности к неопределенности влечет за собой

интенсификацию взаимодействия, чрезмерную активность. Подобные результаты закономерно объяснить тем, что часть пользователей находят в виртуальном пространстве инструменты для создания предсказуемой, определенной, ясной и безопасной среды, управляемой и контролируемой (Таблица 20).

Таблица 20

Выраженность когнитивных индивидуальных психологических особенностей

	Пассивные		Ситуативные		Активные		Чрезмерно активные	
средние значения по шкалам								
	СЗ	КВ	СЗ	КВ	СЗ	КВ	СЗ	КВ
толерантность к неопределенности	36,7	3,0	34,6	4,7	63,5	3,4	46,7	6,0
интолерантность к неопределенности	61,9	3,0	63,9	5,4	62,8	3,0	57,8	2,8
межличностная интолерантность к неопределенности	44,9	2,9	34,6	3,8	33,1	4,5	28,6	2,9
полнезависимость	151,5	5,4	143,2	4,3	111,0	11,7	118,1	13,6
Когнитивные ошибки (средние значения по шкалам)								
эмоциональное обоснование	10,2	1,5	10,0	1,5	7,8	2,0	7,4	1,4
персонализация	7,8	1,3	11,1	1,1	7,0	2,2	6,4	2,0
- высокий уровень выраженности показателей - низкий уровень выраженности показателей								

Для интериоризации виртуального опыта необходимо прямое включение когнитивных процессов личности, отвечающих за обработку, анализ и интерпретацию полученной информации в ходе взаимодействия с виртуальным пространством, включая новый опыт пользователя. Отсюда следует, что для выявления когнитивных психологических особенностей виртуальной личности интернет-пользователя необходим анализ когнитивной обработки индивидуального опыта (построение ментальных конструкций), полученного пользователем в процессе взаимодействия с виртуальным пространством, и системы индивидуального оценивания данного опыта для выявления степени значимости его для пользователя.

Личностные конструкты, основанные на анализе базовых параметров личности, которые были выявлены в ходе интервью и контент-анализа, представляют собой инструмент конструирования общего понимания действительности путем анализа и интерпретации переживаний, сформированных полученным опытом взаимодействия пользователей с виртуальным пространством.

Анализ результатов, полученных в ходе построения матрицы конструктов осуществлялся по следующим параметрам:

- эмерджентный и имплицитный полюс конструктов;
- диапазон применимости конструктов;
- проницаемость и непроницаемость конструктивной системы.

1. Эмерджентный полюс (полюс сходства) и имплицитный полюс (полюс контраста). Данная категория анализа позволяет выявить закономерности в интерпретации индивидуального опыта путем выявления сходств и различий между элементами.

Контент-анализ текстового массива конструктов позволил выявить три крупных группы характеристик при помощи, которых описывались сходство и отличие для каждой триады элементов. Первая группа характеристик включила пары конструктов, которые основаны по принципу противопоставления виртуальной характеристики и реальной, вторая группа включила конструкты, составляющие пару реальное качество и реальное качество, и третья группа объединила дихотомические пары, которые включают только виртуальные характеристики. В группу реальных конструктов были включены характеристики, которые не имеют конкретных точек приложения к виртуальному пространству, носят скорее нейтральный характер и не раскрывают конкретные свойства виртуальности (женский – мужской, спокойствие – дискомфорт, богатство – бедность, польза – вред, приятное – отвратительное, красивый – уродливый, здоровье – проблемы, радость – грусть, трепетное – резкое и другие). Группа виртуальных конструктов строилась исходя из тесной смысловой связи с уникальными

качествами пространства. Среди таких пар: закрытый аккаунт – открытый аккаунт, мой аватар – мой аккаунт в социальной сети, стрим – личка, залутать – лузнуть, рарный – мейнстримный, легко зафармить – сложно зафармить, моя цифровая копия – аккаунт, лойсить – банить, виртуальное тело – виртуальная душа и другие). Группа конструкторов, представляющая дихотомию «виртуальная характеристики – реальная характеристика» объединила пары следующего содержания: виртуальный – реальный, социальные сети – прогулка, аватар – женский, игра – лес, информационный – достоверный, иллюзорно – реально, безграничность – реальность, цифровое – материальное и другие) (Таблица 21).

Таблица 21

Распределение конструкторов по группам характеристик, %

	реальное – реальное	виртуальное – реальное	виртуальное – виртуальное	общее количество пар для группы
пассивные	58,3	3,3	38,4	741
ситуативные	78,5	21,1	0,4	3987
активные	41,3	32,6	26,1	3564
чрезмерно активные	38,2	61,8	0,0	1496

В первой группе пользователей (пассивные) наблюдается превалирование конструкторов категории «реальное – реальное» (58,3%), значительную количественную выраженность также имеют дихотомические пары из категории «виртуальное – виртуальное» (38,4%).

Данная группа респондентов демонстрирует преобладание универсальных характеристик, которые представляют собой экстраполяцию реальных параметров пространства на виртуальные объекты и явления.

При этом в достаточно широком объеме применяются специфические характеристики виртуального пространства (Таблица 22).

Распределение конструкторов по элементам матрицы, %

Пассивные пользователи			
	реальное - реальное	виртуальное – виртуальное	виртуальное – реальное
Тело	4,3	0,0	0,0
Существование / жизнь	6,1	0,0	0,7
Пространство / границы	7,0	0,0	0,4
Возможности / способности / функции	11,6	8,9	0,3
Взаимодействие	12,3	4,3	0,6
Общение	12,0	25,2	1,3
Целостность	1,3	0,0	0,0
Время	0,9	0,0	0,0
Пол	1,2	0,0	0,0
Дом / мое место	1,5	0,0	0,0
Итого	58,3	38,4	3,3

Конструкторы категории «реальное – реальное» в большинстве матриц применяются по отношению к элементам «взаимодействие» (12,3%), «общение» (12,0%), «возможности / способности / функции» (11,6%), «пространство / границы» (7,0%), «существование / жизнь» (6,1%). Использование данными интернет-пользователями специфических характеристик (конструкторы категории «виртуальное – виртуальное») при описании элементов матрицы, проявляются в интерпретации следующих элементов матриц: «возможности / способности / функции» (8,9%), «взаимодействие» (4,3%), «общение» (25,2%).

Исходя из вышесказанного можно закономерно отметить склонность пользователей данной группы к интерпретации своего взаимодействия с виртуальным пространством, параметров своего Я в данном концепте и полученного опыта в целом через призму характеристик универсального характера, перенесенных из критериев реального пространства путем их генерализации. При этом достаточная доля конструкторов категории

«виртуальное – виртуальное» фиксируется в отношении ограниченного числа элементов матрицы, и затрагивает общение, взаимодействие и функции. Разграничительные характеристики охватывают незначительный процент элементов. Подобные результаты позволяют подчеркнуть разрозненность представлений пассивных пользователей о виртуальном пространстве и взаимодействии с ним.

Для группы ситуативных интернет-пользователей можно отметить преобладание конструктивных пар из категории «реальное – реальное» (78,5%) при значимом весе конструкторов категории «виртуальное – реальное» (21,1%). Данная группа респондентов также демонстрирует превалирование универсальных характеристик, присущих реальному пространству. При этом наблюдается достаточно большая доля разграничительных характеристик, дихотомических пар, строящихся на основе противопоставления двух пространств (Таблица 23).

Таблица 23

Распределение конструкторов по элементам матрицы, %

Ситуативные пользователи			
	реальное - реальное	виртуальное – виртуальное	виртуальное – реальное
Тело	3,1	0,0	2,4
Существование /жизнь	4,4	0,0	2,4
Пространство / границы	8,6	0,0	2,5
Возможности / способности / функции	14,1	0,1	3,0
Взаимодействие	14,7	0,2	4,1
Общение	15,1	0,1	3,6
Целостность	5,8	0,0	1,1
Время	4,1	0,0	1,4
Пол	3,7	0,0	0,2
Дом / мое место	5,0	0,0	0,3
Итого	78,5	0,4	21,1

Конструкты категории «реальное – реальное» в большинстве матриц применяются по отношению к элементам «возможности / способности / функции» (14,1%), «взаимодействие» (14,7%), «общение» (15,1%), «пространство / границы» (8,6%). Конструкты категории «виртуальное – реальное» фиксируются в описании следующих элементов: «взаимодействие» (4,1%), «общение» (3,6%).

Полученные результаты позволяют отметить склонность ситуативных пользователей к описанию и интерпретации своего взаимодействия с виртуальным пространством через призму характеристик универсального характера при весомом объеме разграничительных характеристик. Вместе с тем распределение конструктивных пар по элементам матрицы позволяет подчеркнуть утилитарность процесса взаимодействия пользователя и виртуального пространства. Закономерно фиксируется склонность к описанию виртуального пространства, взаимодействия с ним и своего Я внутри данного контекста через призму функциональности виртуальных процессов. Виртуальное пространство оценивается как инструмент для реализации тех или иных потребностей.

Для группы активных интернет-пользователей фиксируется преобладание конструктивных пар из категории «реальное – реальное» (41,3%) при значимом весе конструктов категории «виртуальное – реальное» (32,6%) и «виртуальное – виртуальное» (26,1%). Данная группа демонстрирует практически равномерное распределение категорий конструктов, что позволяет отметить широту интерпретационной базы, конкретность и четкость в описании тех или иных элементов (Таблица 24).

Конструкты категории «реальное – реальное» в большинстве матриц применяются по отношению к элементам «тело» (4,0%), «существование / жизнь» (4,4%), «пространство / границы» (3,7%), «возможности / способности / функции» (5,5%), «взаимодействие» (7,7%), «общение» (6,7%), «целостность» (2,7%). Дихотомические пары категории «виртуальное – виртуальное» используются в основном при описании элементов «тело»

(4,5%), «существование /жизнь» (1,2%), «пространство / границы» (1,5%), «возможности / способности / функции» (4,4%), «взаимодействие» (5,2%), «общение» (5,4%). Конструкты из категории «виртуальное – реальное» фиксируются в описании элементов «тело» (5,5%), «существование / жизнь» (2,7%), «пространство / границы» (2,8%), «возможности / способности / функции» (3,5%), «взаимодействие» (4,0%), «общение» (4,9%), «дом» (5,4%).

Таблица 24

Распределение конструктов по элементам матрицы, %

Активные пользователи			
	реальное - реальное	виртуальное – виртуальное	виртуальное – реальное
Тело	4,0	4,5	5,5
Существование /жизнь	4,4	1,2	2,7
Пространство / границы	3,7	1,5	2,8
Возможности / способности / функции	5,5	4,4	3,5
Взаимодействие	7,7	5,2	4,0
Общение	6,7	5,4	4,9
Целостность	2,7	0,9	1,2
Время	1,8	1,0	1,8
Пол	2,6	1,1	0,6
Дом / мое место	2,2	0,9	5,4
Итого	41,3	26,1	32,6

Исходя из вышесказанного можно закономерно отметить склонность пользователей данной группы к интерпретации своего взаимодействия с виртуальным пространством, параметров своего Я в данном контексте и полученного опыта в целом через призму характеристик из всех трех категорий. При этом конструктивные пары распределяются в большей степени равномерно исходя из их процентной доли в общем объеме конструктов категории. Подобные результаты позволяют отметить многомерность и широту интерпретационных категорий данной группы респондентов

Для четвертой группы пользователей (чрезмерно активные) характерно применение конструкторов категории «реальное – реальное» (38,2%) и «виртуальное – реальное» (61,8%). Полученный результат свидетельствует о смещении дихотомических пар от универсальных к разграничительным характеристика и позволяет подчеркнуть склонность чрезмерно активных пользователей к разграничению двух пространств (Таблица 25).

Таблица 25

Распределение конструкторов по элементам матрицы, %

Чрезмерно активные пользователи			
	реальное - реальное	виртуальное – виртуальное	виртуальное – реальное
Тело	2,1	0,0	6,3
Существование / жизнь	4,3	0,0	5,7
Пространство / границы	2,5	0,0	8,1
Возможности / способности / функции	5,2	0,0	8,2
Взаимодействие	4,5	0,0	6,5
Общение	6,6	0,0	6,1
Целостность	5,2	0,0	4,6
Время	3,1	0,0	8,4
Пол	3,1	0,0	5,1
Дом / мое место	1,5	0,0	2,9
Итого	38,2	0,0	61,8

Конструкторы категории «реальное – реальное» в большинстве матриц применяются по отношению к элементам «взаимодействие» (4,5%), «общение» (6,6%), «возможности / способности / функции» (5,2%), «существование / жизнь» (4,3%), «целостность» (5,2%). Дихотомические пары категории «виртуальное – реальное» фиксируются в описании элементов «тело» (6,3%), «существование / жизнь» (5,7%), «пространство / границы» (8,1%), «возможности / способности / функции» (8,2%), «взаимодействие» (6,5%), «общение» (6,1%), «время» (8,4%).

Подобные результаты позволят сделать вывод о том, что чрезмерные пользователи в большей степени склонны разграничивать два пространства и формировать представление о взаимодействии с виртуальными процессами исходя из данного противопоставления. Также следует отметить весомую долю характеристик универсального характера и отсутствие специфических виртуальных характеристик.

Корреляционный анализ данных по шкалам позволил выявить значимую статистическую связь обратного характера между показателями уровня активности интернет-пользователя и группой конструктов «реальное – реальное» (эмпирическое значение – $r_{xy} = -0,432$, при $p \leq 0,01$, при критическом $r_{xy} = 0,182$), и прямую связь с показателями группы «виртуальное – реальное» (эмпирическое значение – $r_{xy} = 0,654$, при $p \leq 0,01$, при критическом $r_{xy} = 0,182$), обратную статистическую связь между показателями индекса виртуализации и показателями группы конструктов «реальное – реальное» (эмпирическое значение – $r_{xy} = -0,351$, при $p \leq 0,01$, при критическом $r_{xy} = 0,182$), а также прямую значимую связь с показателями категории конструктов «виртуальное – реальное» (эмпирическое значение – $r_{xy} = 0,651$, при $p \leq 0,01$, при критическом $r_{xy} = 0,182$). Погруженность имеет значимую статистическую связь с показателями группы конструктов «виртуальное – виртуальное» (эмпирическое значение – $r_{xy} = 0,201$, при $p \leq 0,01$, при критическом $r_{xy} = 0,182$), включенность имеет статистическую связь с показателями группы конструктов «виртуальное – реальное» (эмпирическое значение – $r_{xy} = 0,471$, при $p \leq 0,01$, при критическом $r_{xy} = 0,182$).

Таким образом, закономерно отметить значимую зависимость уровня активности и степени виртуализации интернет-пользователя с особенностями построения конструктивной системы для описания своего взаимодействия с виртуальным пространством и своего Я в данном контексте. Чем выше уровень виртуализации пользователя там меньший объем критериев реального пространства актуализируются в интерпретационной категориальной системе пользователя и тем больший объем разграничительных, основанных на

противопоставлении двух пространств, характеристик применяется для описания процесса взаимодействия с виртуальным пространством. При этом для активных пользователей характерно более равномерное и разнообразное распределение конструкторов по матрице элементов в отличие от пассивных и ситуативных пользователей, для которых характерна универсализация, и чрезмерно активных пользователей, которые в большей степени ориентируются на разграничение характеристик двух пространств.

2. Диапазон применимости. Данная характеристика конструктивной системы применяется для анализа каждого отдельного конструкта (дихотомической пары) с точки зрения диапазона применимости его по отношению к отдельному ряду интерпретационных элементов. Релевантность конструкторов определялась путем контент-анализа текстового материала, а объем явлений, которые пользователь может интерпретировать и описывать при помощи конкретного конструкта, путем анализа отметок пользователей о включении отдельного элемента матрицы в интерпретационный диапазон конструкта (Таблица 26).

Таблица 26

Распределение показателей по выраженности диапазона применимости
конструкторов интернет-пользователей, %

	Низкий диапазон до 45% элементов	Средний диапазон 45-65%	Высокий диапазон 65-100%
пассивные	0,0	29,4	70,6
ситуативные	2,1	22,1	75,8
активные	67,6	29,4	3,0
чрезмерно активные	50,6	33,3	16,1

Для первой и второй групп характерно преобладание пользователей с высоким диапазоном применимости конструкторов в системе (70,6% и 75,8%) при значительном весе пользователей, обладающих конструктивной системой со средним диапазоном применимости (29,4% и 22,1%). Подобная выраженность результатов свидетельствует о достаточно высоком уровне универсальности

конструктивных пар, при помощи которых интерпретируется от 65 до 100% элементов конструктивной системы. Помимо универсальности дихотомических пар, полученные результаты могут также свидетельствовать о чрезмерном обобщении в интерпретации и анализе представленных в матрице элементов, что приводит к достаточно упрощенному восприятию данных объектов и явлений.

В третьей и четвертой группах преобладающее количество пользователей обладают конструктивной системой с низким диапазоном применимости конструкторов (67,6% и 50,6%) при значительной выраженности количества пользователей со средним диапазоном применимости конструкторов в системе (29,4% и 33,3%). Полученные результаты демонстрируют относительную устойчивость и конкретность характеристик, через которые пользователи данной группы описывали элементы матрицы. Подобные показатели свидетельствуют о достаточно сложном представлении о каждом элементе, параметрах Я пользователя в виртуальном пространстве, что позволяет давать более точные оценочные пары.

Корреляционный анализ данных по шкалам позволил выявить значимую статистическую связь между показателями интернет-активности и показателями низкого (эмпирическое значение – $r_{xy} = 0,542$, при $p \leq 0,01$, при критическом $r_{xy} = 0,182$) диапазона применимости и обратной статистически значимой связи со значениями высокого диапазона применимости конструктивных пар (эмпирическое значение – $r_{xy} = -0,438$, при $p \leq 0,01$, при критическом $r_{xy} = 0,182$), а также значимую корреляционную связь индекса виртуализации и показателями низкого (эмпирическое значение – $r_{xy} = 0,371$, при $p \leq 0,01$, при критическом $r_{xy} = 0,182$) и среднего (эмпирическое значение – $r_{xy} = 0,421$, при $p \leq 0,01$, при критическом $r_{xy} = 0,182$) диапазона применимости и обратной статистически значимой связи со значениями высокого диапазона применимости конструктивных пар (эмпирическое значение – $r_{xy} = -0,551$, при $p \leq 0,01$, при критическом $r_{xy} = 0,182$). Включенность имеет значимую

статистическую связь с показателями низкого (эмпирическое значение – $r_{xy} = 0,351$, при $p \leq 0,05$, при критическом $r_{xy} = 0,139$) диапазона применимости.

Таким образом, при росте уровня активности и виртуализированности диапазон применимости конструктивной системы будет сужаться и конкретизироваться, при снижении индекса виртуализации диапазон будет расширяться и приобретать характеристики универсальности. Вместе с этим статистический анализ позволил подчеркнуть значимость включенности в процесс расширения или сужения диапазона применимости дихотомических пар конструктов. Включение пользователя в более разнообразный и широкий круг активностей приводит к усложнению и конкретизации критериев интерпретации и оценки полученного опыта и проявлений собственной личности в процессе взаимодействия с виртуальным пространством.

3. Проницаемость — непроницаемость. Данный параметр анализа направлен на определение степени возможного расширения диапазона применимости отдельных конструктов, для проверки степени открытости конкретного конструкта для интерпретации новых явлений. При этом следует учитывать относительную степень проницаемости конструкта, связанную с ограничениями интерпретируемого круга элементов, которые составили основу данной дихотомической пары и имеют конкретный диапазон применимости (Таблица 27).

Таблица 27

Распределение показателей в соответствии с уровнем проницаемости конструктивной системы, %

	Низкий уровень проницаемости конструктивной системы до 40% конструктов	Средний уровень проницаемости конструктивной системы от 40 до 60%	Высокий уровень проницаемости конструктивной системы От 60 до 100%
пассивные	0,0	17,6	82,4
ситуативные	1,1	23,2	75,8
активные	61,8	35,3	2,9
чрезмерно активные	49,4	34,6	16,0

Для анализа проницаемости конструкта в матрицу был введен новый элемент для интерпретации. В качестве нового элемента выступила категория «материальность». Испытуемым необходимо было ответить на вопросы: *Можете ли вы при помощи данного конструкта интерпретировать элемент «материальность»? При помощи какого из сформулированных вами конструктов вы смогли бы еще описать элемент «материальность»?*

Первая и вторая группы интернет-пользователей продемонстрировали преобладание высокого уровня проницаемости системы личностных конструктов (82,4% и 75,8%). Подобные результаты позволяют констатировать высокую открытость конструктивной системы пользователей данной группы в интерпретации нового элемента.

Для третьей и четвертой группы характерно преобладание пользователей с низким уровнем проницаемости конструктивной системы (61,8% и 49,4%). Подобные результаты свидетельствуют о достаточной закрытости данных пользователей и их конструктивных систем к интерпретации нового элемента. Для данных пользователей свойственен поиск и формирование нового более подходящего и более конкретного конструкта для оценки нового элемента в случае необходимости. При этом наблюдается тенденция к повышению уровня проницаемости у чрезмерно активных пользователей.

Корреляционный анализ данных по шкалам позволил выявить значимую статистическую связь между показателями активности пользователя и показателями низкого (эмпирическое значение – $r_{xy} = 0,457$, при $p \leq 0,01$, при критическом $r_{xy} = 0,182$) диапазона применимости, а также обратную связь с показателями высокого (эмпирическое значение – $r_{xy} = -0,435$, при $p \leq 0,01$, при критическом $r_{xy} = 0,182$) диапазона применимости, статистическую связь индекса виртуализации и показателями низкого (эмпирическое значение – $r_{xy} = 0,359$, при $p \leq 0,01$, при критическом $r_{xy} = 0,182$) диапазона применимости, а также обратную связь с показателями высокого (эмпирическое значение – $r_{xy} = -0,397$, при $p \leq 0,01$, при критическом $r_{xy} = 0,182$) диапазона применимости.

Включенность имеет значимую статистическую связь с показателями низкого (эмпирическое значение – $r_{xy} = 0,401$, при $p \leq 0,01$, при критическом $r_{xy} = 0,182$) и обратную связь с показателями высокого (эмпирическое значение – $r_{xy} = -0,398$, при $p \leq 0,01$, при критическом $r_{xy} = 0,182$) диапазона применимости конструкторов, вовлеченность – с показателями низкого (эмпирическое значение – $r_{xy} = 0,387$, при $p \leq 0,01$, при критическом $r_{xy} = 0,182$) и обратную связь с показателями высокого (эмпирическое значение – $r_{xy} = -0,392$, при $p \leq 0,01$, при критическом $r_{xy} = 0,182$) диапазона применимости конструкторов.

Подобные результаты позволяют заключить, что уровень активности и виртуализации напрямую связан с открытостью конструктивной системы для свободной интерпретации нового элемента, ранее не представленного в опыте пользователя. Чем выше виртуализированность пользователя тем выше закрытость системы конструкторов, что обусловлено склонностью данных пользователей конкретизировать критерии и выделять более точные и конкретные параметры анализа.

Статистический анализ (критерий Крускала-Уоллеса) по параметрам когнитивных особенностей продемонстрировал значимые различия между группами по смысловым категориям полюсов конструкторов установлены различия между группами: категория «виртуальное – реальное» ($H_{эмп} = 19,809$, $p \leq 0,001$), «виртуальное – виртуальное» ($H_{эмп} = 72,809$, $p \leq 0,001$), «реальное – реальное» ($H_{эмп} = 29,879$, $p \leq 0,001$) по показателям диапазона применимости конструкторов ($H_{эмп} = 69,877$, $p \leq 0,001$), по уровню проницаемости конструктивной системы ($H_{эмп} = 54,779$, $p \leq 0,001$). Подобные результаты свидетельствуют о том, что уровень интернет-активности взаимосвязан с анализом и интерпретацией индивидуального опыта пользователя и влияет на семантику описательных и интерпретационных категорий. Установлено, что пользователи с высоким уровнем активности в большей степени склонны разграничивать два пространства между собой и конкретизировать их описательные характеристики. Для пользователей с низким уровнем активности характерна универсализация параметров интерпретации

взаимодействия с виртуальным пространством и характеристика его проявлений исключительно через параметры реального пространства или специфические параметры виртуального.

Таким образом, когнитивные психологические особенности организуют и регулируют процессы сбора и интерпретации информации, полученной во время взаимодействия личности и виртуального пространства, включая полученный пользователем индивидуальный (виртуальный) опыт. Ранее указывалось на закономерность разделения данной группы психологических особенностей на две подгруппы – особенности, характеризующие параметры когнитивной системы пользователя (показатели когнитивного стиля и когнитивные искажения) и особенности, способствующие выстраиванию категориальной системы пользователя необходимой для интерпретации опыта (личностные конструкты). Результаты исследования продемонстрировали взаимосвязь характеристик когнитивной системы пользователя и уровня его интернет-активности, степени его виртуализированности, а также связь с отдельными процессами виртуализации. Вместе с тем результаты исследования продемонстрировали влияние когнитивных психологических особенностей на интерпретацию индивидуального опыта, полученного путем реализации активности в виртуальном пространстве, в ходе взаимодействия с ним, который, в свою очередь, обеспечивает фундамент для построения убеждений и установок, воздействующих на процесс взаимодействия, его объем и глубину.

Анализ психологических особенностей, организующих процессы мотивационного уровня заключается в анализе двух групп мотивов: универсальных и специфических. Универсальные мотивы связаны с разного рода потребностями и могут быть реализованы путем возможностей обоих пространств (реального и виртуального). Полуструктурированные интервью и авторская анкета позволили выявить группы мотивов, направляющих активность пользователя в виртуальном пространстве. Для анализа

результатов использовались только показатели высокого уровня выраженности (Рисунок 14).

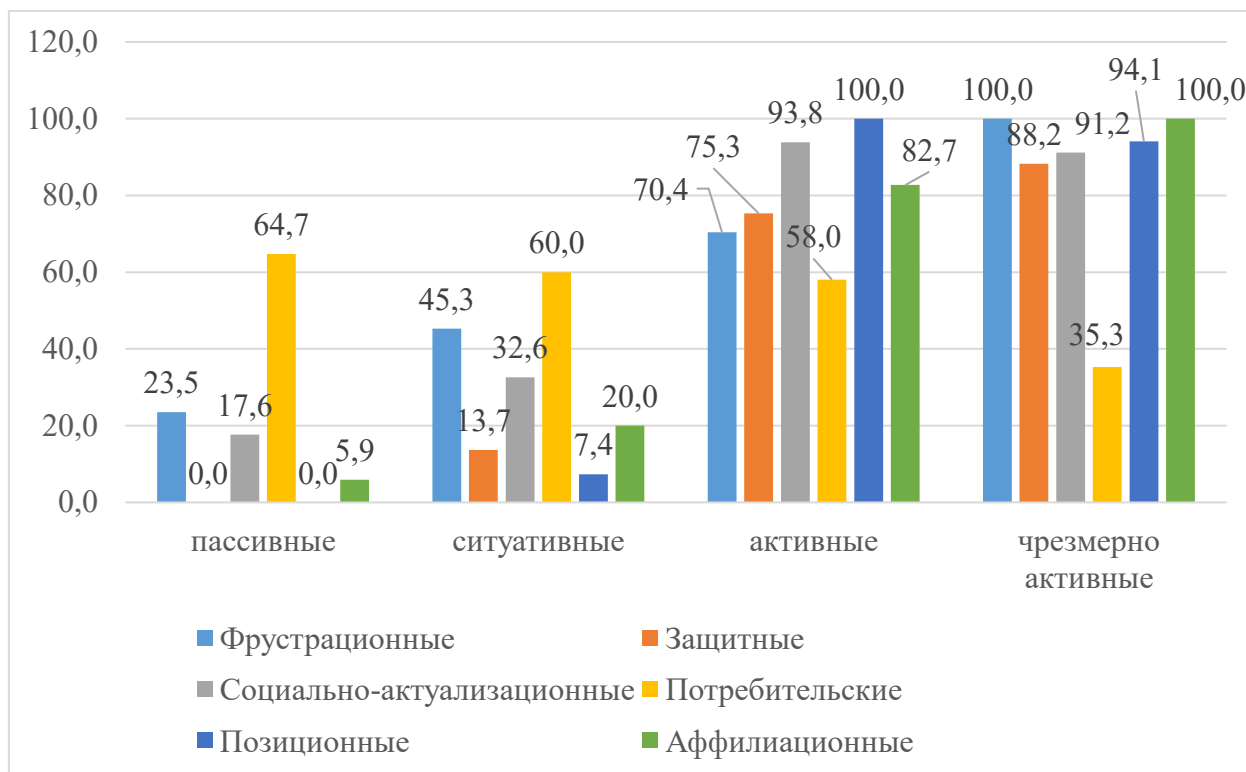


Рисунок 14. Выраженность высоких показателей по группам мотивов интернет-пользователей

Согласно полученным данным для первой группы характерна большая выраженность потребительских (64,7%) и фрустрационных (23,5%) мотивов. Другие группы мотивов выражены в малой степени или совсем не имеют выраженности показателей. Отсюда следует, что активность данных пользователей направлена на решение повседневных задач, а также направлена на компенсацию неудовлетворяющих в реальной жизни проявлений деятельности собственного Я. В целом незначительная выраженность мотивов позволяет отметить низкий уровень направленности пассивных пользователей на удовлетворение тех или иных потребностей через виртуальные возможности.

Для респондентов второй группы наблюдается так же превалирование группы потребительских (60,0%), фрустрационных (45,3%) и социально-актуализационных (32,6%) мотивов. Пользователи данной группы

демонстрируют сохранение в мотивационном разнообразии предпочтения к мотивам, компенсирующим реальные проявления, потребительским мотивам, которые раскрываются утилитарной, прагматичной направленности взаимодействия с виртуальным пространством, делегировании возможностям виртуальных инструментов решения задач практического характера. Вместе с тем, отмечается узость мотивационного разнообразия, характерная и для предыдущей группы интернет-пользователей.

Респонденты, объединенные в третью группу, характеризуются высоким уровнем проявления всех групп мотивов: фрустрационных (70,4%), защитных (75,3%), социально-актуализационных мотивов (93,8%), потребительских (58,0%), позиционных (100,0%) и аффилиационных (82,7%). Данная выраженность высоких уровней по шкалам позволяет зафиксировать роль возможностей виртуального пространства в удовлетворении широкого круга потребностей для активных пользователей. Отмечается также преимущественная роль социально ориентированных групп мотивов, связанных, в первую очередь, с компенсаторными процессами неудовлетворенности своим реальным Я, стремление создать и поддерживать позитивное отношение к себе, прежде всего со стороны аудитории и выражающееся не в активном взаимодействии с другими пользователями, а в большей степени в демонстрации и постулировании своих проявлений.

У четвертой группы респондентов наблюдаются выраженные показатели высокого уровня также, как и у активных пользователей в отношении всех групп мотивов: фрустрационных (100,0%), защитных (88,2%), социально-актуализационных мотивов (91,2%), потребительских (35,3%), позиционных (94,1%) и аффилиационных (100,0%). При этом показатели по каждой из групп мотивов демонстрируют тенденцию к приросту показателей.

Интернет-пользователи данной группы стремятся в виртуальном пространстве реализовать свою актуализацию, подтвердить свое чувство уникальности и неповторимости, утвердиться в своих социальных позициях и принадлежности. Вместе с тем данные респонденты демонстрируют

склонность к реализации мотивов одобрения и признания, а также реализации потребности утвердить свое место в социальной структуре виртуального пространства. Данная группа интернет-пользователей демонстрирует достаточно высокую мотивационную направленность на компенсаторную активность, раскрывающуюся в стремлении создания идеального воплощения, восполняющего все недостатки реального, в стремлении выразить подавляемые в реальности мечты и желания. Высокий удельный вес защитных мотивов так же позволяет сделать вывод о склонности к компенсации уязвимости, страха близости и склонности к формированию зоны полного контроля над происходящим.

Статистический анализ показателей продемонстрировал значимую корреляционную связь показателей активности пользователя и показателями фрустрационных мотивов (эмпирическое значение – $r_{xy} = 0,371$, при $p \leq 0,01$, при критическом $r_{xy} = 0,182$), защитных мотивов (эмпирическое значение – $r_{xy} = 0,446$, при $p \leq 0,01$, при критическом $r_{xy} = 0,182$), социально-актуализационных мотивов (эмпирическое значение – $r_{xy} = 0,612$, при $p \leq 0,01$, при критическом $r_{xy} = 0,182$), позиционных мотивов (эмпирическое значение – $r_{xy} = 0,451$, при $p \leq 0,01$, при критическом $r_{xy} = 0,182$) и аффилиационных (эмпирическое значение – $r_{xy} = 0,657$, при $p \leq 0,01$, при критическом $r_{xy} = 0,182$) мотивов, и обратную значимую связь с показателями группы потребительских мотивов (эмпирическое значение – $r_{xy} = -0,751$, при $p \leq 0,01$, при критическом $r_{xy} = 0,182$). Зафиксирована корреляционная связь показателей индекса виртуализации и показателей фрустрационных мотивов (эмпирическое значение – $r_{xy} = 0,405$, при $p \leq 0,01$, при критическом $r_{xy} = 0,182$), защитных мотивов (эмпирическое значение – $r_{xy} = 0,416$, при $p \leq 0,01$, при критическом $r_{xy} = 0,182$), социально-актуализационных мотивов (эмпирическое значение – $r_{xy} = 0,508$, при $p \leq 0,01$, при критическом $r_{xy} = 0,182$), позиционных мотивов (эмпирическое значение – $r_{xy} = 0,459$, при $p \leq 0,01$, при критическом $r_{xy} = 0,182$) и аффилиационных (эмпирическое значение – $r_{xy} = 0,376$, при $p \leq 0,01$, при критическом $r_{xy} = 0,182$) мотивов, и обратную значимую связь с показателями группы потребительских мотивов (эмпирическое

значение – $r_{xy} = -0,542$, при $p \leq 0,01$, при критическом $r_{xy} = 0,182$). Показатели погруженности имеют значимую связь с показателями группы потребительских мотивов (эмпирическое значение – $r_{xy} = 0,381$, при $p \leq 0,01$, при критическом $r_{xy} = 0,182$), показатели вовлеченности имеют значимую статистическую связь с показателями группы социально-актуализационных мотивов (эмпирическое значение – $r_{xy} = 0,200$, при $p \leq 0,01$, при критическом $r_{xy} = 0,182$), affiliационных мотивов (эмпирическое значение – $r_{xy} = 0,365$, при $p \leq 0,01$, при критическом $r_{xy} = 0,182$) и обратную связь с показателями потребительских мотивов (эмпирическое значение – $r_{xy} = -0,255$, при $p \leq 0,01$, при критическом $r_{xy} = 0,182$), показатели включенности имеют значимую статистическую связь с показателями группы социально-актуализационных мотивов (эмпирическое значение – $r_{xy} = 0,390$, при $p \leq 0,01$, при критическом $r_{xy} = 0,182$), affiliационных мотивов (эмпирическое значение – $r_{xy} = 0,340$, при $p \leq 0,01$, при критическом $r_{xy} = 0,182$), позиционных мотивов (эмпирическое значение – $r_{xy} = 0,359$, при $p \leq 0,01$, при критическом $r_{xy} = 0,182$).

Таким образом, уровень интернет-активности пользователя и степень его виртуализированности взаимосвязаны с объемом потребностей, удовлетворение которых может быть осуществлено при помощи виртуальных возможностей. Мотивационная составляющая виртуальной личности задает объем активности и широту ее диапазона. Успешность в реализации мотивов и удовлетворении тех или иных потребностей углубляют, в свою очередь, данную активность увеличивая степень виртуализированности личности пользователя. Вместе с тем с ростом объема активности и уровня виртуализированности происходит смещение от потребительских мотивов к социальным, связанным с нивелированием социальной статусности и освоением социальных ролей, актуализацией своего потенциала и укреплением своих взаимоотношений с другими пользователями и своей принадлежности к виртуальному сообществу. При этом максимальный рост показателей мотивационной составляющей виртуальной личности наблюдается у чрезмерно активных пользователей, что позволяет отметить

чрезмерно высокую значимость виртуального пространства в удовлетворении спектра потребностей.

Опросник для изучения личности в виртуальном пространстве (А.И. Лучинкина) [106] позволил выявить выраженность мотивационной составляющей виртуальной личности в контексте специфических мотивов, свойственных для уникальных условий виртуального пространства.

Для первой группы респондентов характерно наличие выраженных показателей низкого уровня мотива репликации (47,1%), мотива личного пространства (94,1%), мотива взноса (58,8%) и мотива вживания в роль (47,1%) (Рисунок 15).

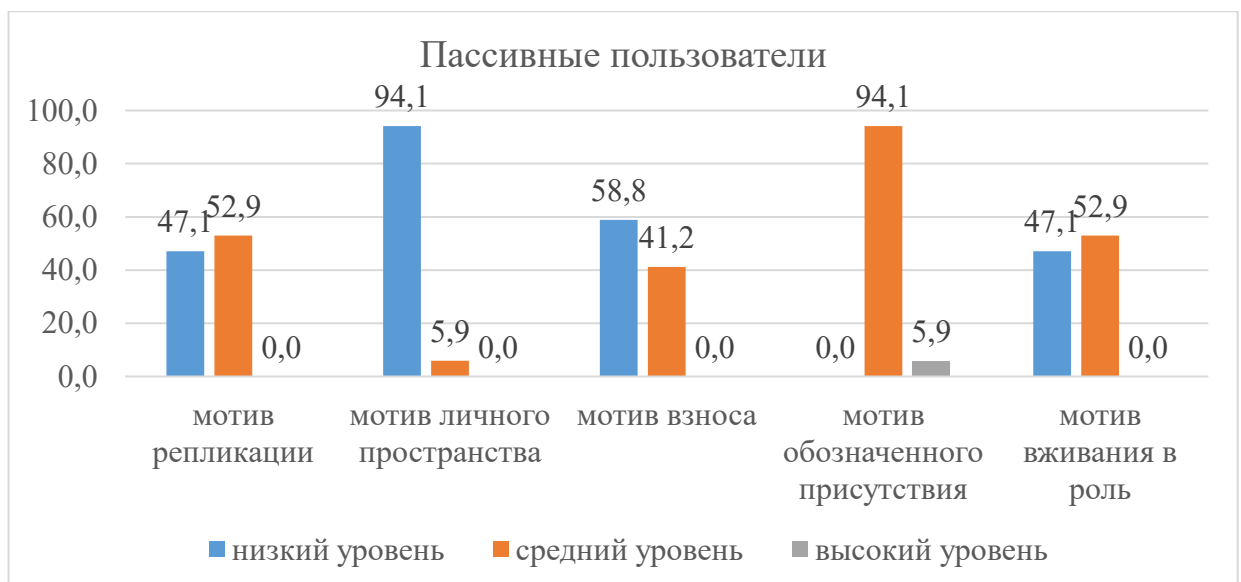


Рисунок 15. Выраженность творческих и потребительских мотивов

Подобные результаты свидетельствуют о низкой мотивационной направленности пользователя. Для пассивных пользователей не характерна выраженность творческих, преобразующих мотивов и в умеренной степени характерна выраженность потребительских мотивов.

Результаты второй группы респондентов позволяют отметить четкую выраженность низкого уровня по шкалам «мотив репликации» (100,0%), «мотив личного пространства» (34,7%). Значимая выраженность высокого

уровня показателей мотивов наблюдается по отношению к мотивам вживания в роль (48,4%) (Рисунок 16).

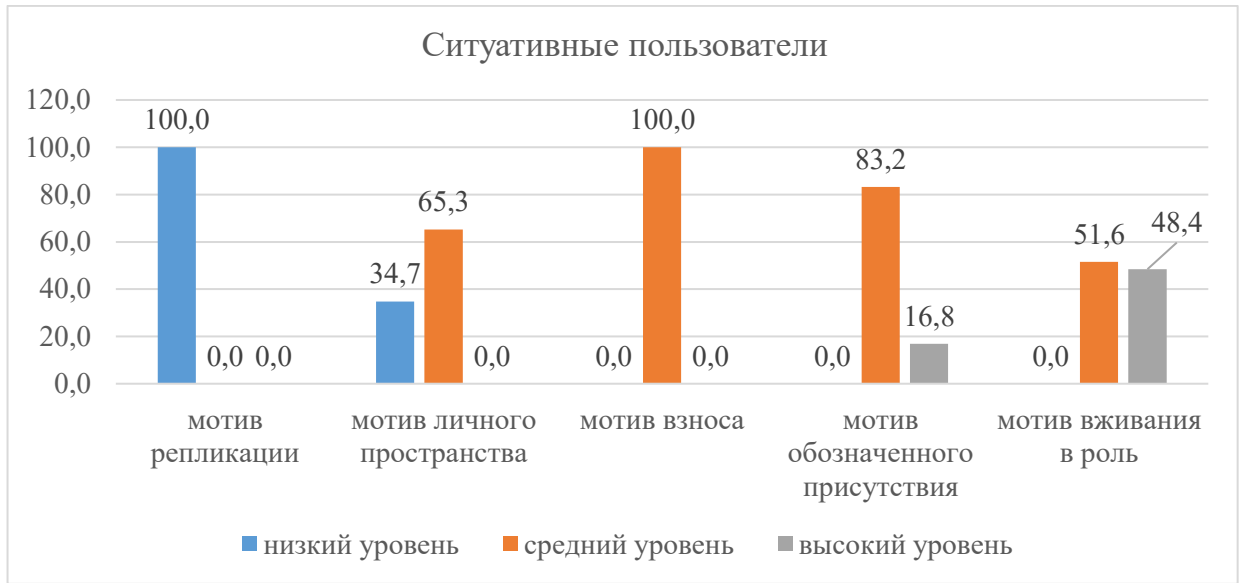


Рисунок 16. Выраженность творческих и потребительских мотивов

Подобные результаты позволяют сделать вывод, что для второй группы, характерна выраженность мотивов потребительского характера, выражающихся в склонности к одновременным, множественным взаимодействиям с другими пользователями и стремлении к проживанию нескольких виртуальных воплощений шаблонного стандартного, одобряемого характера, расщеплению и умножению своих воплощений, вживание в существующие в виртуальном пространстве роли и шаблоны, создание аватаров и суррогатов.

Для третьей группы респондентов характерно выраженность высокого уровня показателей по мотивам репликации (38,3%) и мотивам взноса (25,9%) и мотивам обозначенного присутствия (29,6%), преобладание низкого уровня показателей, в свою очередь, наблюдается по шкале «мотив вживания в роль» (60,5%) (Рисунок 17).

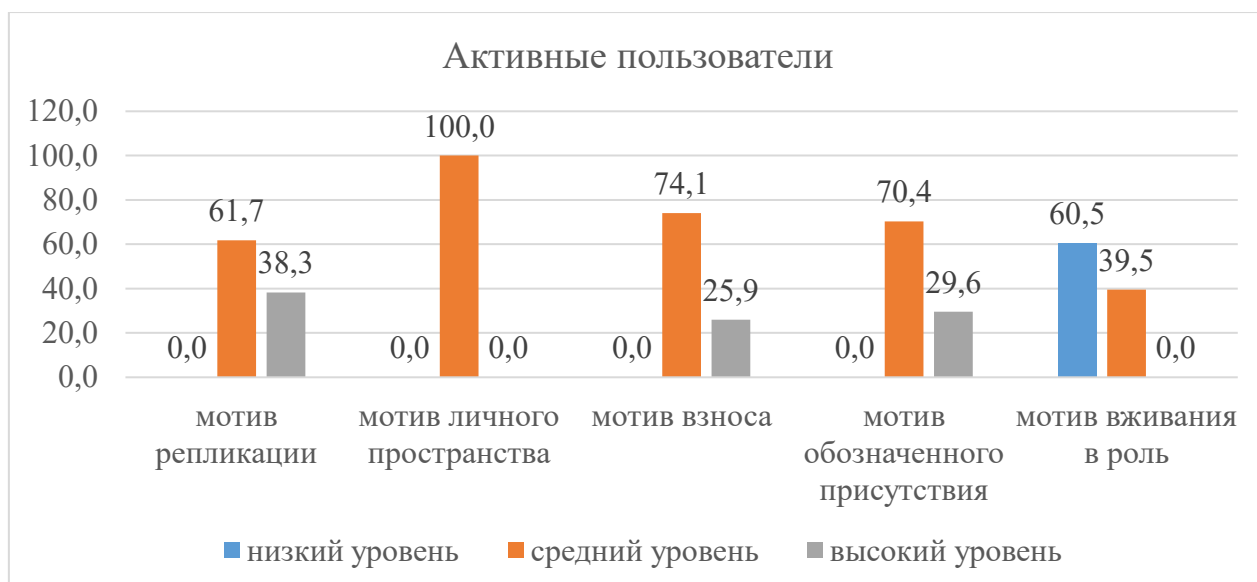


Рисунок 17. Выраженность творческих и потребительских мотивов

Подобные результаты свидетельствуют о выраженности творческих, преобразующих мотивов, о стремлении к проживанию нескольких виртуальных воплощений, причем низкий уровень выраженности мотива вживания в роль свидетельствует о предпочтении воплощений оригинальных, не шаблонных. Преобладание значений высокого уровня по шкале «мотив обозначенного присутствия» и умеренных показателей по шкале «мотив личного пространства» свидетельствует о том, что для данной группы характерно стремление к распространению и тиражированию информации и широкой коммуникативной активности. Закономерно следует вывод о том, что для пользователей данной группы свойственно создание и распространение контента. При этом преобладание низких показателей по шкале мотив вживания в роль свидетельствуют о высокой степени оригинальности данного контента. Вместе с тем, преобладание средних уровней выраженности по шкалам свидетельствует об относительной умеренности в реализации мотивов.

Для четвертой группы респондентов характерно преобладание высокого уровня выраженности показателей по мотивам репликации (91,2%), мотивам вноса (100,0%), мотивам обозначенного присутствия (61,8%), а также

статистически значимая выраженность высокого уровня для показателей мотива личного пространства (29,4%). Шкала мотивации «вживание в роль» демонстрирует низкий уровень выраженности показателей (94,1%) (Рисунок 18).

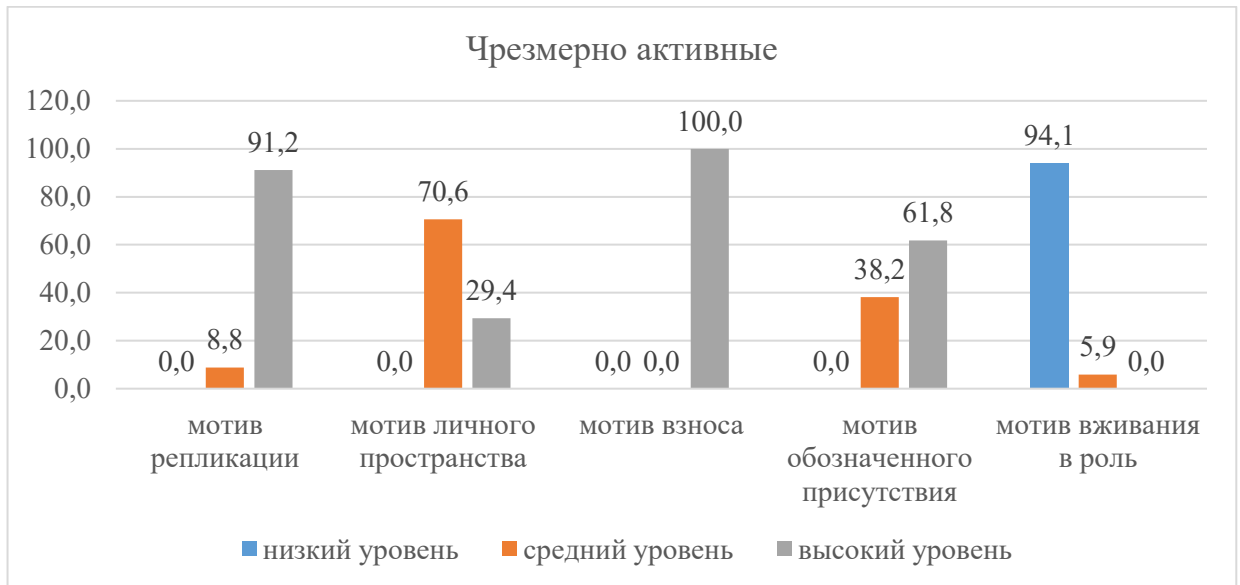


Рисунок 18. Выраженность творческих и потребительских мотивов

Данные результаты свидетельствуют о значительной выраженности творческих мотивов, которые выражаются в стремлении к множественным воплощениям, созданием собственных миров и микропространств, собственных сообществ и комьюнити, стремлении к тиражированию информации, распространению контента, репостам и множественным одновременным контактам, многообразию контактов при демонстрации преимущественно открытого формата взаимодействия без ограничения для других пользователей. Оценка результатов интернет-пользователей данной группы демонстрирует сохранение оригинальности в проявлениях в виртуальном пространстве (низкие показатели вживания в роль), что свидетельствует о преобразующем и креативном характере активности пользователей данной группы.

Статистический анализ показателей по вышеописанным методикам продемонстрировал значимую корреляционную связь показателей уровня

интернет-активности и показателей мотива репликации (эмпирическое значение – $r_{xy} = 0,391$, при $p \leq 0,01$, при критическом $r_{xy} = 0,182$), мотива личного пространства (эмпирическое значение – $r_{xy} = 0,428$, при $p \leq 0,01$, при критическом $r_{xy} = 0,182$), мотива взноса (эмпирическое значение – $r_{xy} = 0,543$, при $p \leq 0,01$, при критическом $r_{xy} = 0,182$), мотива обозначенного присутствия (эмпирическое значение – $r_{xy} = 0,403$, при $p \leq 0,01$, при критическом $r_{xy} = 0,182$), и обратную статистическую связь с показателями мотива вживания в роль (эмпирическое значение – $r_{xy} = -0,311$, при $p \leq 0,01$, при критическом $r_{xy} = 0,182$).

Вместе с тем корреляционный анализ показателей индекса виртуализации также позволяет зафиксировать значимую связь между данным параметром анализа и показателями мотива репликации (эмпирическое значение – $r_{xy} = 0,327$, при $p \leq 0,01$, при критическом $r_{xy} = 0,182$), мотива личного пространства (эмпирическое значение – $r_{xy} = 0,320$, при $p \leq 0,01$, при критическом $r_{xy} = 0,182$), мотива взноса (эмпирическое значение – $r_{xy} = 0,340$, при $p \leq 0,01$, при критическом $r_{xy} = 0,182$), мотива обозначенного присутствия (эмпирическое значение – $r_{xy} = 0,328$, при $p \leq 0,01$, при критическом $r_{xy} = 0,182$), и обратную статистическую связь с показателями мотива вживания в роль (эмпирическое значение – $r_{xy} = -0,351$, при $p \leq 0,01$, при критическом $r_{xy} = 0,182$).

Также зафиксирована значимая статистическая связь между показателями погруженности и показателей мотива вживания в роль (эмпирическое значение – $r_{xy} = -0,459$, при $p \leq 0,01$, при критическом $r_{xy} = 0,182$), мотива обозначенного присутствия (эмпирическое значение – $r_{xy} = 0,403$, при $p \leq 0,01$, при критическом $r_{xy} = 0,182$); показателей вовлеченности и мотива взноса (эмпирическое значение – $r_{xy} = 0,453$, при $p \leq 0,01$, при критическом $r_{xy} = 0,182$), мотива личного пространства (эмпирическое значение – $r_{xy} = 0,312$, при $p \leq 0,01$, при критическом $r_{xy} = 0,182$), мотива взноса (эмпирическое значение – $r_{xy} = 0,479$, при $p \leq 0,01$, при критическом $r_{xy} = 0,182$), мотива обозначенного присутствия (эмпирическое значение – $r_{xy} = 0,328$, при $p \leq 0,01$, при критическом $r_{xy} = 0,182$); показателей включенности и показателей мотива взноса (эмпирическое значение – $r_{xy} = 0,369$, при $p \leq 0,01$, при критическом $r_{xy} = 0,182$),

мотива обозначенного присутствия (эмпирическое значение – $r_{xy} = 0,322$, при $p \leq 0,01$, при критическом $r_{xy} = 0,182$), мотива репликации (эмпирическое значение – $r_{xy} = 0,325$, при $p \leq 0,01$, при критическом $r_{xy} = 0,182$), и мотива вживания в роль (эмпирическое значение – $r_{xy} = - 0,451$, при $p \leq 0,01$, при критическом $r_{xy} = 0,182$).

Исходя из математического анализа данных, следует заключить, что интернет-активность пользователя взаимосвязана с формированием и реализацией творческих мотивов, которые включают создание и распространение контента, разной степени оригинальности, создание и оформление новых виртуальных пространств (страничек, блогов, сайтов и т.д.), формирование самоописаний и самопрезентаций, множественных воплощений, также с разной степенью оригинальности и достоверности, приближенности к реальным качествам личности пользователя. Каждая из групп мотивов имеет статистически значимую взаимосвязь с показателями погруженности, включенности и вовлеченности, а также обобщающий их индекс виртуализации имеет тесную связь с выраженностью тех или иных мотивов. Следовательно, уровень погруженности зависит от стремления пользователя иметь множественные воплощения шаблонного характера и инициировать множественные разнообразные контакты с другими пользователями. Объемы распространяемого контента, генерированием новых виртуальных пространств и множественными контактами влияют на уровень вовлеченности, что может быть связано с высокой степенью доверия интернет-пользователя к виртуальному контенту.

Включенность пользователя в виртуальную активность напрямую зависит от стремления распространять и тиражировать информацию, разного рода контент и поддерживать множественные контакты, стремления воплощаться во множественных ролях, а также обратным образом зависит от склонности к созданию суррогатных воплощений шаблонного характера.

Статистический анализ (критерий Крускала-Уоллеса) для фиксации математически значимых различий между группами респондентов по

параметрам **мотивационных особенностей** позволил установить значимые различия между группами по шкалам «мотив репликации» ($H_{эмп} = 76,502$, $p \leq 0,001$), «мотив личного пространства» ($H_{эмп} = 31,393$, $p \leq 0,005$), «мотив взноса» ($H_{эмп} = 48,866$, $p \leq 0,001$), «мотив обозначенного присутствия» ($H_{эмп} = 51,877$, $p \leq 0,001$), «мотив вживания в роль» ($H_{эмп} = 78,481$, $p \leq 0,001$). Подобные результаты свидетельствуют о связи мотивационной составляющей виртуальной личности с уровнем ее активности.

Установлено, что высокий уровень активности связан с преобразующей деятельностью пользователя, его активностью в установлении контактов с другими пользователями, а также с оригинальностью его проявлений. Низкий же уровень активности связан со стремлением к проживанию множества жизней и шаблонным воплощениям (Таблица 28).

Таблица 28

Выраженность индивидуальных психологических особенностей

	Пассивные		Ситуативные		Активные		Чрезмерно активные	
Мотивационные (средние значения по шкалам)								
	СЗ	КВ	СЗ	КВ	СЗ	КВ	СЗ	КВ
мотив репликации	27,2	3,0	22,0	2,9	49,7	4,6	57,5	4,6
мотив личного пространства	23,3	2,8	27,8	2,9	33,9	3,6	48,5	4,2
мотив взноса	26,8	3,6	38,0	4,3	47,6	5,6	56,8	4,4
мотив обозначенного присутствия	60,3	4,1	62,5	5,4	67,3	6,0	69,9	5,2
мотив вживания в роль	35,5	3,6	67,8	5,0	32,8	2,4	29,9	4,5
Примечание: СЗ – среднее значение, КВ – коэффициент вариации								
- высокий уровень выраженности показателей - низкий уровень выраженности показателей								

Таким образом, мотивационные психологические особенности, управляют общей активностью личности в виртуальном пространстве, направляют ее, организуют ее устойчивость и продолжительность. Результаты позволяют подтвердить наличие у интернет-пользователей уникальных, характерных для специфики виртуального пространства мотивов при общем

сохранении универсальной группы мотивов, соответствующей возможностям обоих пространств. Данное заключение закономерно приводит к выводу о значимости виртуальной личности в удовлетворении различного рода потребностей через возможности виртуального пространства.

Мотивы отражают потребность личности и определяют ее склонность к определенному поведению и активности в виртуальном пространстве, задают смысловую направленность виртуальной личности. Вместе с тем результаты анализа данных позволяют подчеркнуть взаимосвязь мотивационных особенностей с процессами виртуализации.

Анализ психологических особенностей, организующих и регулирующих инструментальный уровень виртуальной личности подразумевает сбор и анализ данных об умениях и навыках пользователя в отношении виртуальных возможностей и функций, а также эффективности их применения для решения конкретных задач, удовлетворения тех или иных потребностей.

Результаты полуструктурированного интервью и Авторская анкета для оценки инструментальной компетентности пользователя позволили оценить уровень компетентности интернет-пользователей, принимающих участие в исследовании, и распределить их по четырем основным категориям в соответствии с уровнями, описанными А.И. Лучинкиной и дополненными навыками, которые характерны для процесса формирования виртуального образа Я [106].

Результаты Авторской анкеты для оценки инструментальной компетентности пользователя дали возможность анализа навыков респондентов относительно формирования и реализации проявлений виртуальной личности в соответствии с выделенными ранее группами интернет-пользователей (Рисунок 19).

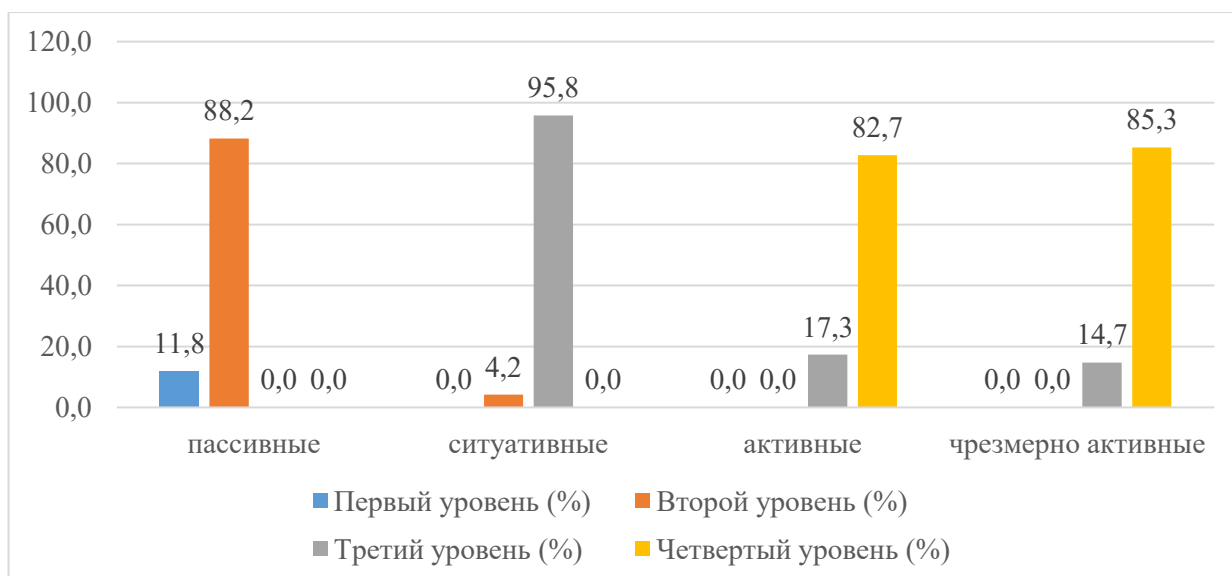


Рисунок 19. Распределение пользователей по уровням выраженности инструментальной компетентности

Полученные данные свидетельствуют о том, что для интернет-пользователей, отнесенных в первую группу, характерно наличие низкого уровня (первого и второго) уровней развития инструментальной компетентности (11,8% и 88,2%), которые включают навыки входа на соответствующую платформу, выбора вида виртуальной платформы в соответствии с потребностью, навыки создания и минимального заполнения аккаунта, умение взаимодействовать с другими пользователями при помощи различных инструментов (мессенджеры, видеочаты, голосовые сообщения и др.), навыки формирования контента (посты, рилсы, истории, опросы), навыки реагирования на существующий контент (лайки, репосты, комментарии), навыки разработки аватара под потребности платформы.

Для респондентов второй группы характерна выраженность третьего уровня инструментальной компетентности (95,8%), которые представляют собой навыки оценки контекста запросов аудитории, конъюнктуры интересов других пользователей (потребителей контента) и моды, оценки статистики для определения уровня значимости и популярности пользователя в общей иерархии виртуального пространства, отбора и составление композиции из характеристик собственного Я, которые более удачно впишутся в концепцию

образа и вызовут нужную реакцию аудитории, путем социального сравнения осуществление коррекции своего образа, отбора средств репрезентации собственного Я в соответствии с алгоритмами платформы, освоения норм виртуального пространства и соответствующих санкций, отбора потребляемого контента путем настройки алгоритмов предложения.

В третьей и четвертой группе наблюдается смещение выраженности показателей к третьему и четвертому уровням развития инструментальной компетентности (17,3% и 82,7%; 14,7% и 85,3%). Подобные результаты свидетельствуют о высоком уровне инструментальной компетенции и значительном объеме умений и навыков в реализации различного рода активности в виртуальном пространстве и достаточно высокой эффективности их использования. Подобный уровень навыков включает знания и умения предыдущих уровней и дополняется навыками формирования концепции самопрезентации, идеи и стиля повествовательного контента, создания пространства репрезентации характеристик своего Я, формирования объемного мира для проявлений созданного образа, создания новых виртуальных объектов или преобразование имеющихся.

Подобные результаты дают возможность заключить, что пользователи данной категории обладают широкими навыками в области анализа конъюнктуры виртуального пространства, прекрасно осведомлены о правилах и санкциях, существующих на данных платформах, обладают знаниями и умениями по наиболее эффективному использованию всей полноты возможностей виртуального пространства, а также знаниями и умениями в области преобразующей деятельности, включающей создание новых виртуальных объектов или преобразование имеющихся. Данные пользователи обладают широкими навыками по составлению самопрезентации в соответствии с требованиями аудитории и установленными трендами, владеют алгоритмами продвижения своих страниц и созданного ими контента.

На вопрос «Какой по вашему мнению навык является самым полезным в виртуальном пространстве?» респонденты группы пассивных пользователей

отметили навык «пользоваться поиском, писать сообщения», «находить видео», «умение найти, то что нужно», «главное – знать где спросить, в сети полно советов, как и что делать», «умение создавать чаты и беседы, закрытые группы, чтобы инфа не сливалась», «умение использовать видеохостинги, чтобы смотреть видео». Группа ситуативных пользователей отметила следующие навыки «умение использовать возможности Интернета, чтобы показать себя», «умение создавать аватар», «отличать фейки», «сохранять личную информацию», «использовать возможности, особенно ИИ (ИИ – искусственный интеллект – прим. автора)», «быстро набирать текст», «умение оформить страницу так, чтобы создать нужное впечатление», «навык использования возможностей Интернета для продвижения своих услуг», «навык поиска клиентов, рекламы», «умение найти нужное, чтобы сформировать насмотренность».

На вопрос «Какой по вашему мнению навык является самым полезным в виртуальном пространстве?» респонденты группы активных пользователей отвечали следующим образом: «написание контент-плана», «умение управлять аудиторией, ее вниманием», «умение формировать контент в выдаче (то, что платформы предлагают пользователю для ознакомления – прим. автора)», «знание правил каждой соц. сети», «умение создавать оригинальный контент», «умение повысить свою популярность», «умение использовать различные программы для создания рилс», «знание об алгоритмах и статистике», «знание за что могут забанить», «умение вычислять фейки и дипфейки». Респонденты из группы чрезмерно активных пользователей отметили важность следующих навыков: «продвигаться в сети и не сливать свои личные данные», «умение формировать тренды, знание алгоритмов», «умение формировать композицию страницы», «умение подбирать оформление историй», «умение пользоваться программами для редактирования», «важна реакция, умение находить выход из разных ситуаций», «быстрая обучаемость, я бы не освоил не одной игры без этого», «умение оценить возможности игры, даже не играя, оценить перспективы»,

«меньше спать», «находить нужную игру в нужный момент», «умение общаться, особенно с троллями», «умение обходить платные сайты», «умение находить соратников по игре», «умение находить годные стримы», «навык создания сильного персонажа, прокачка», «навык использовать опыт блогеров, чтобы продвинуться».

Корреляционный анализ данных по шкалам позволил выявить значимую статистическую связь между показателями уровня активности интернет-пользователя и показателями уровня инструментальной компетентности (эмпирическое значение – $r_{xy} = 0,611$, при $p \leq 0,01$, при критическом $r_{xy} = 0,182$), индекса виртуализации и показателями уровня освоения инструментальных навыков (эмпирическое значение – $r_{xy} = 0,451$, при $p \leq 0,01$, при критическом $r_{xy} = 0,182$), а также значимую связь между показателями включенности и показателями уровня освоения инструментальных навыков (эмпирическое значение – $r_{xy} = 0,501$, при $p \leq 0,01$, при критическом $r_{xy} = 0,182$) и вовлеченности и уровня освоения инструментальных навыков (эмпирическое значение – $r_{xy} = 0,456$, при $p \leq 0,01$, при критическом $r_{xy} = 0,182$).

Из данных статистической обработки результатов исследования следует, что интернет-активность и индекс виртуализации взаимосвязаны с объемом инструментальных навыков интернет-пользователя, их уровнем развития, компетентностью пользователя. Чем выше степень активности и виртуализации пользователя, тем шире и разнообразнее его умения и навыки во взаимодействии с виртуальным пространством. При этом при росте индекса виртуализации расширяется диапазон навыков и повышается их уровень освоения. Вместе с этим статистический анализ позволяет подчеркнуть взаимосвязь показателей включенности с уровнем инструментальной компетенции. Следовательно, именно объем и разнообразие активности влияет на умения и навыки пользователя в контексте взаимодействия с виртуальным пространством. При этом данная активность в большинстве своем носит преобразующий, творческий, созидательный характер, что подтверждается результатами опросов. Также следует отметить, что

описанная корреляционная связь носить двухсторонний характер из чего следует факт повышения степени виртуализации при наращивании общего объема и качества навыков пользователя.

Статистический анализ (критерий Крускала-Уоллеса) позволил установить существенные отличия по параметрам **инструментальных особенностей** зафиксированы значимые различия между группами по выраженности уровней инструментальной компетентности ($H_{эмп} = 57,481$, $p \leq 0,001$). Установлено, что уровень активности напрямую связан со степенью развитости инструментальной компетентности пользователя. Чем выше активность пользователя, тем выше его компетентность, эффективность использования знаний, умений, навыков для удовлетворения потребностей и реализации соответствующих мотивов (Таблица 29).

Таблица 29

Выраженность индивидуальных психологических особенностей

	Пассивные		Ситуативные		Активные		Чрезмерно активные	
Инструментальные (средние значения по шкалам)								
инструментальная компетентность	СЗ	КВ	СЗ	КВ	СЗ	КВ	СЗ	КВ
	7,1	1,1	11,7	1,4	17,0	1,7	18,5	1,7
Примечание: СЗ – среднее значение, КВ – коэффициент вариации								

Таким образом, инструментальные психологические особенности виртуальной личности, включающие в себя инструментальную компетентность пользователя, эффективность реализации знаний, умений и навыков формируют каркас индивидуального опыта. Они выступают туннелирующим инструментом, направляющим взаимодействие личности с виртуальным пространством и обеспечивающим их разнообразие, задают объем виртуального присутствия личности в виртуальном пространстве.

Идентификационный уровень виртуальной личности интернет-пользователя представлен особенностями соотношения модальностей Я пользователя и оценочными эталонами личности в описании своего Я в контексте взаимодействия с виртуальным пространством.

Группа идентификационных психологических особенностей изучалась при помощи методики «Кто Я?» (М. Кун, Т. Мак-Партланд) и теста на самооценку личности (С.А. Будасси), которые в адаптированных версиях позволили собрать и проанализировать данные по двум направлениям: соотношение модальностей Я (виртуальной, идеальной и реальной). Тест на самооценку личности (С.А. Будасси) позволил выявить степень соотнесенности различных комбинаций модальностей Я: идеальной с реальной, идеальной с виртуальной, а также реальной с виртуальной (Рисунок 20).

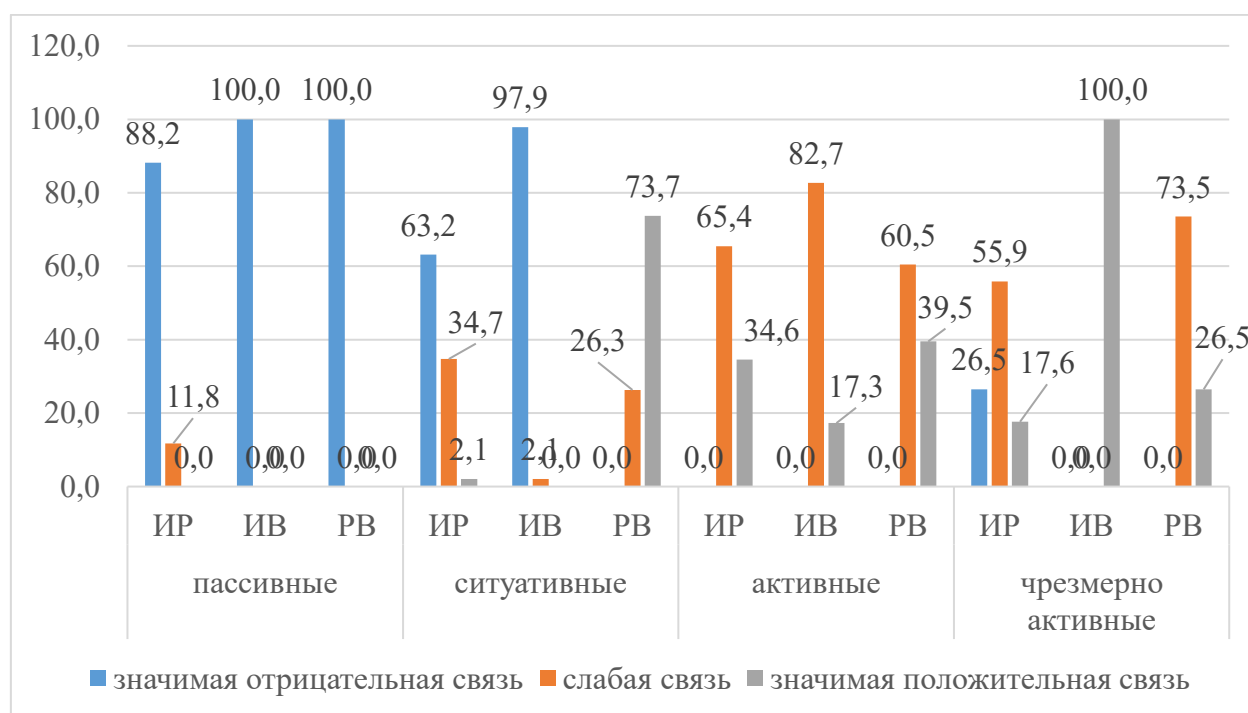


Рисунок 20. Степень соотнесенность модальностей Я пользователя (ИР – идеальное Я и Реальное Я, ИВ – идеальное Я и виртуальное Я, РВ – реальное Я и виртуальное Я)

В первой группе интернет-пользователей фиксируется преобладание значимой отрицательной связи между идеальным Я и реальным Я (88,2%), преимущественно отрицательная связь между идеальным и виртуальным Я (100,0%) и преимущественно отрицательная связь между реальным Я и виртуальным Я (100,0%). Подобное распределение результатов у данных групп позволяет заключить, что представления личности о своем реальном Я

в значительной степени отличаются от эталонных. При этом виртуальное воплощение также в большей степени не сопоставимо с идеальными представлениями о характеристиках личности. Также результаты первой группы пользователей демонстрируют достаточно существенные отличия между реальным Я и виртуальным Я респондентов, что позволяет отметить факт существования у данных пользователей виртуального воплощения не сопоставимого с реальным и при этом существенно отличающегося от идеального.

Для второй группы идеальное Я и реальное Я имеют преимущественно отрицательную (63,2%), идеальное Я и реальное Я – преимущественно отрицательную связь (97,9%). Реальное и виртуальное Я имеют значимую положительную связь (73,7%). Отсюда следует, что для данных интернет-пользователей существует неудовлетворенность своим реальным и виртуальным Я, несопоставимость данных модальностей с эталонными характеристиками. При этом в виртуальное взаимодействие транслируется проекция Я (виртуальное Я) хорошо сопоставимая с реальным Я.

Третья группа демонстрирует преобладание слабой и значимой положительной связи между модальностями Я: реальное и идеальное (65,4% и 34,6%), идеальное и виртуальное (82,7% и 17,3%), реальное и виртуальное (60,5% и 39,5%). Полученные результаты свидетельствуют о том, что между модальностями в большей степени присутствует слабая связь, но при значительном объеме положительной значимой связи между модальностями Я. Данные результаты позволяют отметить широкий диапазон воплощений пользователя в виртуальном пространстве от полной копии реального Я до идеального воплощения, наделенного эталонными качествами.

Для четвертой группы характерна преимущественно слабая связь между идеальным Я и реальным Я (55,9%) при значительной выраженности отрицательной связи (26,5%) и положительной связи (17,6%), идеальное и виртуальное Я имеют преобладающую положительную связь (100,0%), и реальное и виртуальное Я – слабую (73,5%) и положительную связь (26,5%).

Подобные результаты позволяют сделать вывод том, что виртуальное воплощение пользователей представляет собой совокупность характеристик, которые пользователи приписывают идеальному Я. Преимущественно слабая связь с реальными характеристиками позволяет сделать вывод о том, что при помощи взаимодействия с виртуальным пространством пользователь создает свое идеальное Я отличающееся от реальной совокупности качеств личности. Для пользователей данной группы свойственно находить воплощение идеальных представлений в виртуальных воплощениях, которые отличаются от реальных характеристик пользователя.

Статистический анализ показателей по вышеописанным методикам продемонстрировал значимую корреляционную связь показателей интернет-активности пользователей и тесноты связи идеального Я и виртуального Я (эмпирическое значение – $r_{xy} = 0,431$, при $p \leq 0,01$, при критическом $r_{xy} = 0,182$) и связи с показателями сопоставимости идеального Я и реального Я (эмпирическое значение – $r_{xy} = 0,358$, при $p \leq 0,01$, при критическом $r_{xy} = 0,182$) и виртуального Я и реального Я (эмпирическое значение – $r_{xy} = 0,539$, при $p \leq 0,01$, при критическом $r_{xy} = 0,182$). Вместе с этим индекс виртуализации имеет тесную значимую статистическую связь с показателями тесноты связи идеального Я и виртуального Я (эмпирическое значение – $r_{xy} = 0,463$, при $p \leq 0,01$, при критическом $r_{xy} = 0,182$) и обратную связь с показателями сопоставимости идеального Я и реального Я (эмпирическое значение – $r_{xy} = 0,356$, при $p \leq 0,01$, при критическом $r_{xy} = 0,182$) и виртуального Я и реального Я (эмпирическое значение – $r_{xy} = 0,785$, при $p \leq 0,01$, при критическом $r_{xy} = 0,182$). Также зафиксирована значимая статистическая связь между показателями вовлеченности и показателями тесноты связи идеального Я и виртуального Я (эмпирическое значение – $r_{xy} = 0,619$, при $p \leq 0,01$, при критическом $r_{xy} = 0,182$). Включенность коррелирует с показателями тесноты связи идеального Я и реального Я (эмпирическое значение – $r_{xy} = 0,523$, при $p \leq 0,01$, при критическом $r_{xy} = 0,182$) и имеет связь с показателями

сопоставимости виртуального Я и реального Я (эмпирическое значение – $r_{xy} = 0,406$, при $p \leq 0,01$, при критическом $r_{xy} = 0,182$).

Результаты статистической обработки данных позволяют зафиксировать прямую взаимосвязь интернет-активности и уровня виртуализации со степенью тесноты связи между идеальным Я и реальным Я, что позволяет отметить факт взаимосвязи соотношения представлений о своей личности с эталонными характеристиками. Вместе с тем обнаружена связь данных параметров со степенью тесноты связи между виртуальным Я и идеальным Я, которая позволяет заключить, что с ростом активности и виртуализированности возрастает приближение виртуального воплощения к идеальным представлениям. При этом с ростом активности, согласно статистическому анализу, возрастает и связь между реальным и виртуальным Я. Подобные результаты закономерно предполагают вывод о том, что виртуальное пространство играет решающую роль в формировании представлений о собственном Я. Вместе с тем корреляционный анализ позволяет подчеркнуть роль вовлеченности и включенности в данных процессах.

Методика «Кто Я?», представляющая собой самоописания в виде нестандартизированного списка характеристик реального Я и виртуального Я, позволила получить данные о содержательных характеристиках (компонентов) идентичности личности (социального, коммуникативного, физического, материального, деятельного, рефлексивного, перспективного).

Для первой группы респондентов среди представленных характеристик реальной модальности более весомая представленность фиксируется у социального (35,6%), деятельного (22,9%) и коммуникативного (12,6%), компонентов. В характеристиках виртуального Я в данной группе респондентов наибольший удельный вес распределился по социальному (35,0%), деятельному (24,7%) и коммуникативному (13,5%) компонентам. Также следует отметить, что у более чем 70% испытуемых из группы пассивных пользователей перечни характеристик для реального и виртуального Я были идентичны. Подобные результаты позволяют отметить

отсутствие виртуального воплощения, которое по представлениям пользователей имеет отличия от реальных его характеристик.

Во второй группе пользователей большинство характеристик распределились по социальному (26,8%), физическому (13,9%), деятельному (13,2%) и коммуникативному (24,0%) компонентам для реального Я и по социальному (22,7%), деятельному (35,4%), рефлексивному (12,2%) и коммуникативному (26,4%) компонентам для виртуальной модальности Я. Для данной группы респондентов наблюдается у виртуальной модальности Я снижение удельного веса материального, физического и перспективного компонентов, и значительное увеличение количества рефлексивных характеристик. Подобные результаты приводят к закономерному выводу о снижении значимости материальных и физических характеристик в виртуальном пространстве, и повышению значимости характеристик, описывающих анализ результатов взаимодействия с другими пользователя с точки зрения его успешности и уместности, выбранных стратегий.

Для третьей группы респондентов в описании реального Я фиксируется превалирование социального (25,6%), деятельного (14,6%), рефлексивного (20,6%) и коммуникативного (19,3%) компонентов, в описаниях виртуального Я преобладают социальный (34,8%), деятельный (21,3%), коммуникативный (10,5%) и рефлексивный (11,0%) компоненты. Вместе с тем в описаниях виртуального Я часть характеристик образовали дополнительную группу, которая в соответствии с семантическим наполнением получила название «виртуальный компонент» (4,3%). В данный компонент вошли характеристики: блогер, инфлюенсер, провожу много времени в социальных сетях, пишу фанфики, спец в фандамах и др. Результаты данной группы пользователей свидетельствуют о незначительном снижении количества материальных, физических характеристик в описании виртуального Я, что позволяет отметить сближение двух пространств (виртуального и реального) в плоскости идентификации. Также отмечается небольшое увеличение удельного веса перспективных характеристик, что подчеркивает тенденцию, к

использованию виртуального пространства для самореализации. Вместе с тем отмечается рост числа социальных и деятельных характеристик, что в свою очередь подчеркивает характер взаимодействия активных пользователей и виртуального пространства. При этом рефлексивный и коммуникативный компонент демонстрируют снижение удельного объема в общем числе описательных характеристик. При этом выявление новой категории характеристик в описаниях реального Я напрямую связанных со взаимодействием с виртуальным пространством позволяет заключить, что для данных пользователей свойственно придание значения своим виртуальным качествам в структуре представлений о собственном Я (Таблица 30).

Таблица 30

Выраженность компонентов виртуального Я и реального Я пользователей, %

Наименование компонентов	Группа 1		Группа 2		Группа 3		Группа 3	
	Р	В	Р	В	Р	В	Р	В
Социальный	35,6	35,0	26,8	22,7	25,6	34,8	18,8	9,3
Материальный	10,0	8,8	9,7	1,8	7,8	5,4	11,5	15,3
Физический	7,6	7,1	13,9	1,1	6,2	5,2	13,1	12,5
Деятельный	22,9	24,7	13,2	35,4	14,6	21,3	15,1	14,4
Перспективный	7,4	5,9	8,8	0,4	6,0	7,6	5,1	16,5
Рефлексивный	3,8	5,0	3,6	12,2	20,6	11,0	11,2	11,5
Коммуникативный	12,6	13,5	24,0	26,4	19,3	10,5	10,9	5,3
Виртуальный					0,0	4,3	14,3	15,3
Количество характеристик	340		1900		1620		680	

Результаты четвертой группы респондентов позволяют утверждать о значительной выраженности социального (18,8%), материального (11,5%), физического (13,1%), деятельного (15,1%), рефлексивного (11,2%) и коммуникативного (10,9%) компонентов в реальной модальности Я

пользователей и материального (15,3%), физического (12,5%), деятельного (14,4%), перспективного (16,5%), рефлексивного (11,5%) компонентов в виртуальной модальности. Подобные результаты позволяют отметить возрастание числа материальных и перспективных характеристик в общей сумме описания виртуального Я, что свидетельствует о возрастании ценности виртуальных объектов и о том, что в виртуальном пространстве пользователи данной категории находят более значимые характеристики своих будущих планов и желаний, перспектив и траекторий будущей жизни. При этом наблюдается снижение объема социального и коммуникативного компонентов, позволяющее подчеркнуть снижение значимости данных параметров в общем представлении о своем виртуальном Я интернет-пользователя.

Вместе с тем в описаниях реального Я и виртуального Я часть характеристик подобно третьей группе респондентов были объединены в виртуальный компонент (14,3% и 15,3%). В данный компонент вошли характеристики: блогер, люблю следить за статистикой, создаю тренды, геймер, увлекаюсь киберспортом, стример, энэфти, играю в ролевые игры и другие. Значимой особенностью данной группы респондентов является проявление виртуального компонента в описании реального Я, что подчеркивает неотъемлемость виртуального опыта для данных пользователей в идентификационных процессах и позволяет отметить значительное влияние взаимодействия с виртуальным пространством на реальные процессы.

Вместе с этим значимым фактом, выступает семантический анализ рефлексивных характеристик групп интернет-пользователей, характеризующихся высокой и чрезмерно высокой активностью, которые в отличие от других групп представлены негативно окрашенными описаниями такими как: слишком скованный в общении, стеснительный, неуклюжий, тревожный и прочие. В характеристиках же виртуального Я преобладают сравнительные характеристики более свободная, менее скованная, более красноречивая, скрывание реальных эмоций, скрывание недостатков внешности и

другие. Подобные результаты позволяют зафиксировать роль виртуального пространства как в идентификационных механизмах, так и в формировании самооценки, самореализации и самоактуализации.

Результаты, полученные при помощи методики «Кто Я?», помимо прочего, позволили выявить специфические характеристики присущие описанию пользователями своего виртуального Я. Среди таких характеристик: игрок genshin impact, игрок Pubg mobile, играю в майнкрафт, играю в бравл старс, есть много аккаунтов, использую чужие фото, фейк, блогер, специалист по фандомам, тролль, использую флуд, флеймлю, юзаю юниты, страничка совместная с парнем, спамлю, люблю пинтерест, размещаю посты, длинные тексты (длиннопосты), собираю лайки, постоянно в сторис, тиктокер, подписана на сообщества геймеров, троллю своих подписчиков. Также в описаниях виртуальной модальности достаточно большой объем характеристик относится к описаниям различного рода активностей: люблю смотреть видео, люблю отправлять видео, люблю чатиться, люблю пинтерест, пишу фанфики, размещаю фото в социальных сетях и др.

Статистический анализ показателей позволил зафиксировать значимую корреляционную связь между показателями уровня интернет-активности пользователя показателями материального компонента (эмпирическое значение – $r_{xy} = 0,413$, при $p \leq 0,01$, при критическом $r_{xy} = 0,182$), перспективного компонента (эмпирическое значение – $r_{xy} = 0,511$, при $p \leq 0,01$, при критическом $r_{xy} = 0,182$), рефлексивного (эмпирическое значение – $r_{xy} = 0,531$, при $p \leq 0,01$, при критическом $r_{xy} = 0,182$) виртуального Я, показателями индекса виртуализации и показателями материального (эмпирическое значение – $r_{xy} = 0,309$, при $p \leq 0,01$, при критическом $r_{xy} = 0,182$) и перспективного (эмпирическое значение – $r_{xy} = 0,362$, при $p \leq 0,01$, при критическом $r_{xy} = 0,182$), рефлексивного (эмпирическое значение – $r_{xy} = 0,414$, при $p \leq 0,01$, при критическом $r_{xy} = 0,182$) компонентов виртуального Я. Вовлеченность имеет тесную связь с рефлексивным (эмпирическое значение – $r_{xy} = 0,294$, при $p \leq 0,01$, при критическом $r_{xy} = 0,182$), перспективным (эмпирическое значение

– $r_{xy} = 0,431$, при $p \leq 0,01$, при критическом $r_{xy} = 0,182$) и физическим (эмпирическое значение – $r_{xy} = 0,326$, при $p \leq 0,01$, при критическом $r_{xy} = 0,182$) компонентами виртуального Я. Включенность имеет значимую связь с материальным компонентом (эмпирическое значение – $r_{xy} = 0,543$, при $p \leq 0,01$, при критическом $r_{xy} = 0,182$) виртуального Я.

Таким образом, чем выше интернет-активность и индекс виртуализации пользователя, тем больше характеристик материального и перспективного компонентов представлено в описании виртуального Я интернет-пользователя. Подобные результаты объясняются возрастанием роли возможностей виртуального пространства в процессах самореализации и самоактуализации. Результаты исследования также позволяют подчеркнуть рост объема рефлексивного компонента, что связано с характеристиками самого виртуального пространства и особенностями взаимодействия с ним, которые предусматривают постоянный анализ результатов виртуальной активности и стратегий своего виртуального поведения. Вместе с тем корреляционный анализ позволяет отметить взаимосвязь вовлеченности с рефлексивным компонентом виртуального Я, что подчеркивает роль доверия по отношению к виртуальным алгоритмам и процессам, формирующим в том числе и виртуальный социальный рейтинг. Также зафиксирована взаимосвязь включенности и материального компонента, которая позволяет отметить характер материальных характеристик как результатов виртуальной активности.

Статистический анализ (критерий Крускала-Уоллеса) позволил зафиксировать существенные различия по группам пользователей по параметрам *идентификационных особенностей* выявлены значимые различия между группами по выраженности показателей соотнесенности идеального Я и реального Я ($H_{\text{эмп}} = 35,491$, $p \leq 0,005$), идеального Я и виртуального Я ($H_{\text{эмп}} = 41,582$, $p \leq 0,001$) и виртуального Я и реального Я ($H_{\text{эмп}} = 15,848$, $p \leq 0,005$). Данные результаты позволяют заключить, что уровень активности пользователя взаимосвязан с его представлениями о своем

реальном и виртуальном Я, их сопоставлением с эталонными характеристиками и соотношением их между собой (Таблица 31). Установлено, что для пользователей с низким уровнем активности характерна отрицательная связь между каждой из модальностей Я, что свидетельствует об их низкой самооценке в реальном пространстве, и снижении значимости или даже в большей степени отчуждения своего виртуального проявления. Умеренный уровень активности приближает виртуальное воплощение к реальному, а высокий уровень, в свою очередь, приближает виртуальную личность к эталонным параметрам.

Таблица 31

Выраженность индивидуальных психологических особенностей

	Пассивные		Ситуативные		Активные		Чрезмерно активные	
Мотивационные (средние значения по шкалам)								
	СЗ	КВ	СЗ	КВ	СЗ	КВ	СЗ	КВ
Примечание: СЗ – среднее значение, КВ – коэффициент вариации								
Идентификационные и оценочные (показатели тесноты связи)								
реальное Я и идеальное Я	- 0,49	0,04	- 0,41	0,03	0,24	0,03	0,34	0,03
виртуальное Я и идеальное Я	- 0,67	0,03	- 0,29	0,03	0,32	0,02	0,53	0,04
реальное Я и виртуальное Я	- 0,56	0,03	0,41	0,03	0,34	0,02	0,33	0,02
Примечание: в рамках методики С.А. Будасси диапазоны тесноты связи определяются в интервале от -1 до +1, -0,37 до +0,37 – слабая связь, +0,38 до +1 – значимая положительная связь, -0,38 до -1 – значимая отрицательная связь								
- высокий уровень выраженности показателей								
- низкий уровень выраженности показателей								

Таким образом, идентификационные психологические особенности выступают в качестве формирующих и организующих для представления личности о собственном Я, в том числе и виртуальном контексте. Результаты респондентов демонстрируют связь данного уровня виртуальной личности с соотношенностью с виртуальной активностью пользователя. Существенные отличия между реальным Я и виртуальным Я, как в соотношении с эталонным идеальным Я, так и в репрезентации отдельных групп качеств,

свидетельствуют и о необходимости анализа идентификационных особенностей, и подчеркивают их роль в построении уровневой структуры виртуальной личности.

Исходя из проведенного анализа, установлено, что в зависимости от уровня активности и степени виртуализации, виртуальная личность пользователя имеет разную степень сформированности, что фиксируется в различной степени выраженности психологических особенностей каждого уровня (Рисунок 21).

Для чрезмерно активных пользователей фиксируется наличие выраженности показателей всех четырех уровней. Мотивационный уровень представлен хорошо выраженными творческими мотивами, что обуславливает преобразующую, созидательную направленность пользователя. Инструментальный уровень характеризуется высокой инструментальной компетентностью. Идентификационный уровень демонстрирует оценку виртуального воплощения как идеального. Когнитивный уровень демонстрирует преобладание характеристик противопоставления виртуального и реального пространства при интерпретации индивидуального опыта, полученного при взаимодействии личности и виртуального пространства.

Для активных пользователей фиксируется наличие выраженности показателей трех уровней. Мотивационный уровень представлен хорошо выраженными творческими мотивами, при достаточной выраженности потребительских мотивов, что характеризует данный уровень как сформированный не в полной мере. Инструментальный уровень характеризуется высокой инструментальной компетентностью. Идентификационный уровень демонстрирует снижение показателей связи виртуального Я и идеального, которые наблюдаются у чрезмерно активных пользователей. Когнитивный уровень демонстрирует использование, схожих с чрезмерно активными характеристик, при интерпретации индивидуального

опыта, полученного при взаимодействии личности и виртуального пространства.

Для ситуативных пользователей фиксируется наличие выраженности показателей двух уровней. Мотивационный уровень не имеет высокой выраженности творческих и потребительских мотивов. Инструментальный уровень характеризуется средним уровнем инструментальной компетентности. Идентификационный уровень демонстрирует снижение показателей связи виртуального Я и идеального, которые наблюдаются у чрезмерно активных пользователей и возрастание показателей сопоставимости виртуального и реального Я. Когнитивный уровень демонстрирует смещение выраженности характеристик при интерпретации индивидуального опыта, полученного при взаимодействии личности и виртуального пространства, с разграничительных на специфические, присущие реальному пространству.

Для пассивных пользователей фиксируется наличие выраженности показателей только первого уровня. Мотивационный уровень имеет высокую выраженность потребительских мотивов. Инструментальный уровень характеризуется низким уровнем инструментальной компетентности. Идентификационный уровень демонстрирует отрицательную связь по всем модальностям Я пользователя. Когнитивный уровень также демонстрирует расщепленность и смещение выраженности характеристик при интерпретации индивидуального опыта, полученного при взаимодействии личности и виртуального пространства, на специфические, присущие только виртуальному или только реальному пространству.

В группе пользователей, демонстрирующих чрезмерную активность в виртуальном пространстве фиксируется наличие выраженности показателей всех четырех уровней. Активные пользователи демонстрируют наличие выраженности показателей трех уровней, ситуативные пользователи – двух уровней, пассивные демонстрируют наличие выраженности показателей только первого уровня.

На первом уровне происходит смещение характеристик в описании взаимодействия с виртуальным пространством и полученного опыта от характеристик противопоставления виртуального и реального пространства к расщепленности и смещению выраженности характеристик при интерпретации индивидуального опыта, на специфические, присущие только виртуальному или только реальному пространству. На втором уровне также наблюдается смещение уровней инструментальной компетентности от высокого к более низкому, включающему простейшие навыки. На третьем уровне фиксируется смещение показателей мотивационных особенностей от творческих и преобразующих к потребительским. На четвертом уровне виртуальной личности наблюдается снижение показателей связи виртуального и идеального Я, от сильной связи между модальностями виртуального и идеального Я к отрицательной связи по всем модальностям Я пользователя.

пассивные	ситуативные		активные	чрезмерно активные
Индекс виртуализации (средний уровень)	Индекс виртуализации (средний уровень)		Индекс виртуализации (высокий уровень)	Индекс виртуализации (высокий уровень)
реальное Я и идеальное Я – отрицательная связь виртуальное Я и идеальное Я – отрицательная связь реальное Я и виртуальное Я – отрицательная связь	Идентификационный уровень			реальное Я и идеальное Я – слабая связь виртуальное Я и идеальное Я – положительная связь реальное Я и виртуальное Я – слабая связь
	Теснота связи между модальностями Я интернет-пользователя:			
	реальное Я и идеальное Я – отрицательная связь виртуальное Я и идеальное Я – слабая связь реальное Я и виртуальное Я – положительная связь	реальное Я и идеальное Я – слабая связь виртуальное Я и идеальное Я – слабая связь реальное Я и виртуальное Я – слабая связь		
низкий уровень инструментальной компетентности	Инструментальный уровень			высокий уровень инструментальной компетентности
	средний уровень инструментальной компетентности	высокий уровень инструментальной компетентности		
наиболее выражен мотив вживания в роль (высокий уровень)	Мотивационный уровень			наиболее выражены мотив репликации, взноса и мотив обозначенного присутствия (высокий уровень)
	ярко выраженные мотивы отсутствуют	наиболее выражены мотив репликации и мотив обозначенного присутствия (высокий уровень)		
реальное – реальное, виртуальное – виртуальное при интерпретации полученного виртуального опыта применяются специфические характеристики, присущие конкретному пространству	Когнитивный уровень			виртуальное – реальное, реальное – реальное при интерпретации применяются характеристики противопоставления двух пространств с высоким удельным весом специфических характеристики реального пространства
	Полюса конструктивной системы (категории дихотомических пар):			
	реальное – реальное, виртуальное – реальное при интерпретации применяются специфические характеристики реального пространства с высоким удельным весом характеристик противопоставления двух пространств	виртуальное – реальное, реальное – реальное при интерпретации применяются характеристики противопоставления двух пространств с высоким удельным весом специфических характеристики реального пространства		

Рисунок 21. Развертывание виртуальной личности в соответствии с уровнем интернет-активности

Полученные в ходе исследования результаты красноречиво свидетельствуют о наличии значительных различий в выраженности показателей на каждом из уровней, присущих виртуальной личности, а также обозначенных психологических особенностей в соответствии с уровнем, который они организуют и регулируют.

При этом в каждой группе фиксируется от 5 до 20 % нетипичных результатов. Наибольшее количество погрешностей установлено в группе активных пользователей (группа 3), что закономерно можно связать с широким диапазоном параметров, определяющих активность пользователей, включенных в описываемую группу. В данную категорию респондентов вошли пользователи как со средними, так и с высокими показателями погруженности, вовлеченности и включенности. При этом описанные результаты позволяют подчеркнуть роль выраженности каждого из данных параметров в формировании различных проявлений виртуальной личности.

Для изучения выявленных отклонений был применен кластерный анализ, в ходе которого выделено 5 групп интернет-пользователей по типу виртуальной личности (Рисунок 22):

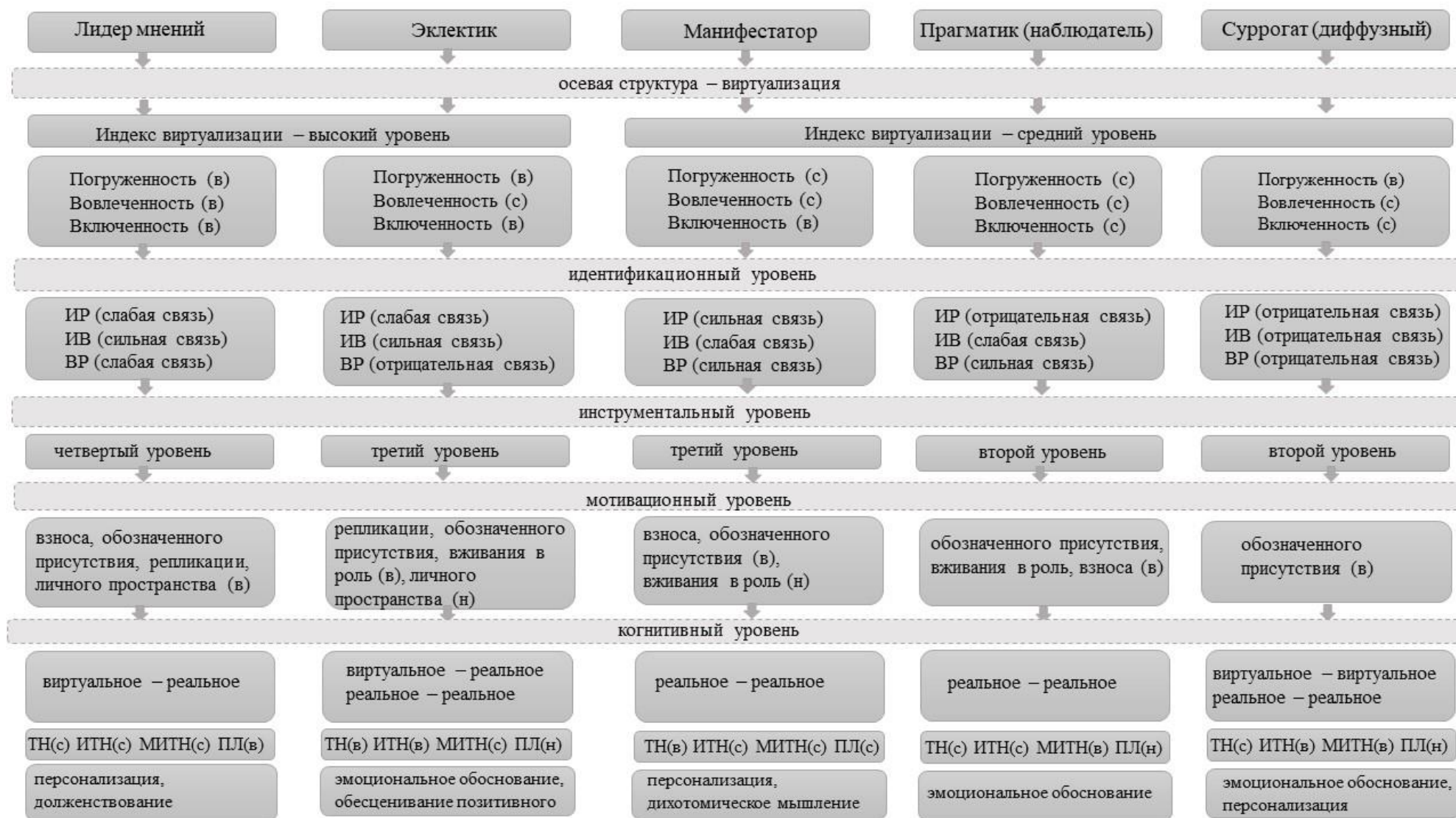


Рисунок 22. Результаты кластерного анализа

«Лидер мнений»: пользователи, обладающие данным типом виртуальной личности, имеют прочную и устойчивую связь с виртуальным пространством, поглощены его процессами и включены в широкий диапазон разнообразной активности. Обладают высокой инструментальной компетентностью, которая носит творческий преобразующий характер. Данные пользователи оригинальны в своих проявлениях, не стремятся к использованию готовых или модных шаблонных воплощений и виртуальных образов. Активно и открыто делятся оригинальным контентом, который сами генерируют, взаимодействуют с множеством других пользователей. В виртуальном пространстве они находят возможность самоутверждения, самоактуализации, воплощают свою идеальную версию максимально приближенную к эталону. Данные пользователи независимы в суждениях и оценках, проявляют гибкость в ответ на изменчивость и вариативность виртуального пространства. Склонны в анализе ситуации возлагать ответственность за все происходящие события на себя и свои действия, оценивать свои действия как ключевой воздействующий фактор, склонны к ограничению эмоциональных и поведенческих реакций критериями, установленными для самих себя. В оценке своих характеристик в контексте виртуального пространства склонны оценивать действительность через призму противопоставления виртуального и реального. Четко разделяют два пространства и в оценке себя через призму взаимодействия с виртуальным пространством склонны противопоставлять их друг другу. Склонны к подбору максимально конкретных характеристик в описании каждого отдельного объекта или явления в виртуальном пространстве.

«Эклектик»: группа пользователей, сформировавшая виртуальную личность данного типа, характеризуется тесной связью с виртуальным пространством, поглощенностью виртуальными процессами, приверженностью виртуальным нормам и умеренной степенью доверия в отношении контента, широким объемом и диапазоном общей активности. Для пользователей данного кластера характерна высокая инструментальная компетентность, которая

обуславливается навыками работы с алгоритмами виртуальных платформ, навыками анализа виртуального контекста. Склонны к проживанию множества жизней одновременно, репликации, открыты для других пользователей, активно распространяют информацию, активно общаются с другими пользователями, при этом демонстрируют направленность на вживание в существующие шаблонные роли, что приводит к коллажированию виртуальной личности, разделению его на множество различных проявлений без четкой траектории. Оценивают свою виртуальную личность как приближенную к идеалу. Проявляют зависимость от внешнего влияния, моды и стереотипов, стремление к установлению ясности в неопределенности. Пользователи склонны ориентироваться на внешние требования и факторы в процессе формирования своей виртуальной личности, что проявляется в комбинировании различных образов и сочетании множества разрозненных форм активности. Для данных пользователей характерно обесценивающее отношение к своим успехам и проявлениям и эмоциональный характер оценки ситуации и своего поведения. В оценке своих характеристик в контексте виртуального пространства склонны оценивать их через призму реальных характеристик, распространяя их на виртуальные объекты и явления и через призму противопоставления двух пространств.

«Манифестатор» — заявляют позицию: пользователи, обладающие данным типом виртуальной личности, проявляют умеренность в погружении в виртуальное пространство и в приверженности его нормам и правилам, активны, включены в разнообразную деятельность. Для пользователей данного кластера характерна инструментальная компетентность третьего уровня, отражающая общее понимание контекста виртуального пространства его алгоритмов. Согласно мотивационной составляющей склонны к активному распространению контента и множественным одновременным контактам, оригинальны в своих проявлениях. Стремятся заявить о себе и своей позиции, что проявляется и в оценке модальностей Я, демонстрирующее неудовлетворенность своим

виртуальным Я, которое при этом выступает проекцией реального Я, оцененного как приближенное к идеалу. Подобный парадокс позволяет подчеркнуть стремление данного пользователя самоутвердиться в виртуальном пространстве через манифестирование идей и мнений. Проявляют умеренную гибкость и адаптивность к вариативности и изменчивости виртуального пространства. Для пользователей характерно категоричность в оценке ситуаций, заострение внимания на своей роли в окружающих процессах, возложение высокой степени ответственности за все происходящее на себя, что также подчеркивает манифестаторскую направленность данных пользователей. В оценке своих характеристик в контексте виртуального пространства склонны оценивать действительность через призму категории «реальное – реальное», обобщая и универсализируя категории оценки, объединяя два пространства в одно, что демонстрирует их склонность к описанию всех проявлений виртуального пространства, процесса взаимодействия с ним и своего Я в контексте данного взаимодействия через универсальные оценочные конструкты. Воспринимают виртуальное пространство как очередную площадку для самоутверждения.

«Прагматик (наблюдатель)» – реалисты, утилитарные: пользователи, создатели и носители данного типа виртуальной личности, характеризуются умеренностью во взаимодействии с виртуальным пространством. Обладают навыками простейшего характера, связанными с функциональной необходимостью. Склонны к вживанию в шаблонные роли, активны в распространении контента, но сами его не генерируют, достаточно активны в общении с другими пользователями. Оценивают свою виртуальную личность как далекую от идеала, подобная ситуация наблюдается и в отношении реальной личности, при этом наблюдается существенная связь между виртуальным Я и реальным Я, что подчеркивает уровень соответствия виртуальной проекции реальным качествам личности. Демонстрируют отсутствие гибкости и устойчивости к изменениям, адаптивности к непостоянству и вариативности процессов виртуального пространства. Для данных пользователей характерно

осуществлять анализ ситуации с опорой на эмоциональное состояние. В контексте оценки собственного Я в контакте с виртуальным пространством склонны использовать категории «реальное – реальное», обобщая и экстраполируя их на всю совокупность проявлений виртуальности.

«Суррогат (диффузный)» – заменитель: группа пользователей, обладающая средней степенью виртуализации, умеренной включенностью и вовлеченности, при значительной степени погруженности в виртуальные процессы, которая заключается в мультисенсорной стимуляции, всесторонней поглощенностью виртуальной деятельностью, которая в основном заключается в просмотре видеоматериалов и прослушивании музыки. Обладают простейшими навыками, ограничивающимися необходимыми требованиями платформ. Оценивают свою виртуальную личность как не соответствующую идеалу, в отношении реальной личности наблюдается подобная ситуация, наблюдается существенная отрицательная связь между виртуальным Я и реальным Я. Когнитивная система пользователей, отнесенных к данному типу, характеризуется низким уровнем независимости в отношении внешнего влияния, моды и стереотипов. Стремятся к ясным контактам с другими пользователями, постоянным и четко определенным. Для пользователей данного кластера характерно анализировать ситуацию на основе эмоционального отношения, возложение ответственности за происходящие события на свои поступки. В оценке своих характеристик в контексте виртуального пространства склонны оценивать действительность в большей степени через призму конструкторов категории «виртуальное – виртуальное» и «реальное – реальное», что демонстрирует разрозненность в оценке значимости виртуального пространства и опыта с ним связанного.

ВЫВОДЫ К ГЛАВЕ 3

1. В ходе эмпирической части исследования было выделено 4 группы респондентов в соответствии с показателями уровня их активности в Интернете (пассивные пользователи, ситуативные пользователи, активные пользователи и чрезмерно активные пользователи).

2. Анализ конъюнктурных психологических особенностей продемонстрировал статистически значимые различия между группами пользователей по выраженности индекса виртуализации ($H_{\text{эмп}} = 55,131$, $p \leq 0,001$) и показателей погруженности ($H_{\text{эмп}} = 23,111$, $p \leq 0,001$), вовлеченности ($H_{\text{эмп}} = 82,145$, $p \leq 0,001$) и включенности ($H_{\text{эмп}} = 56,517$, $p \leq 0,001$). Установлено, что возрастание интернет-активности приводит к росту показателей виртуализации личности. Подчеркивается решающая роль погруженности, включенности и вовлеченности в процессе виртуализации личности. Виртуализация осуществляет регуляцию взаимодействия личности и виртуального пространства, обеспечивает основные процессы, запускающие и направляющие активность пользователя и выступает осевой структурой для ровней виртуальной личности.

3. В процессах интериоризации виртуального опыта познавательные процессы личности играют существенную роль. Когнитивные структуры психики пользователя отвечают за обработку, анализ и интерпретацию входящей информации в ходе взаимодействия с виртуальным пространством, включая новый опыт пользователя. Отсюда следует, что для выявления психологических особенностей когнитивных психологических особенностей формирования виртуальной личности интернет-пользователя необходим анализ когнитивной обработки индивидуального опыта (построение ментальных конструкций), полученного пользователем в процессе взаимодействия с виртуальным пространством, и системы индивидуального оценивания данного опыта для выявления степени значимости его для пользователя. Личностные конструкты, основанные на анализе базовых параметров личности, которые были выявлены

в ходе интервью и контент-анализа, представляют собой инструмент конструирования общего понимания действительности путем анализа и интерпретации переживаний, сформированных полученным опытом взаимодействия пользователей с виртуальным пространством.

4. Когнитивные психологические особенности организуют и регулируют процессы сбора и интерпретации информации, полученной во время взаимодействия личности и виртуального пространства, включая полученный пользователем индивидуальный (виртуальный) опыт. Ранее указывалось на закономерность разделения данной группы психологических особенностей на две подгруппы – особенности, характеризующие параметры когнитивной системы пользователя и особенности, способствующие выстраиванию категориальной системы пользователя необходимой для интерпретации опыта (личностные конструкты). Результаты исследования продемонстрировали взаимосвязь характеристик когнитивной системы пользователя и уровня интернет-активности, а также степени его виртуализированности. Установлены значимые статистические различия между группами по выраженности показателей когнитивных ошибок по шкалам «эмоциональное обоснование» ($H_{эмп} = 21,495$, $p \leq 0,001$), «персонализация» ($H_{эмп} = 15,683$, $p \leq 0,001$), а также по выраженности показателей по шкалам «толерантность к неопределенности» ($H_{эмп} = 29,254$, $p \leq 0,001$), «интолерантность к неопределенности» ($H_{эмп} = 8,353$, $p \leq 0,05$), «межличностная интолерантность к неопределенности» ($H_{эмп} = 13,334$, $p \leq 0,005$), «полenezависимость» ($H_{эмп} = 15,161$, $p \leq 0,001$). По смысловым категориям полюсов конструктов установлены различия между группами: категория «виртуальное – реальное» ($H_{эмп} = 19,809$, $p \leq 0,001$), «виртуальное – виртуальное» ($H_{эмп} = 72,809$, $p \leq 0,001$), «реальное – реальное» ($H_{эмп} = 29,879$, $p \leq 0,001$) по показателям диапазона применимости конструктов ($H_{эмп} = 69,877$, $p \leq 0,001$), по уровню проницаемости конструктной системы ($H_{эмп} = 54,779$, $p \leq 0,001$).

5. Мотивационные психологические особенности, управляют общей активностью личности в виртуальном пространстве, направляют ее, организуют ее устойчивость и продолжительность. Результаты исследования подтверждают наличие у пользователей как общих для двух пространств мотивов, так и специфических, характерных только для виртуального пространства, что закономерно подчеркивает значимость виртуальной личности в удовлетворении различного рода потребностей через возможности виртуального пространства. Мотивационные психологические особенности отражают потребность личности и определяют ее склонность к определенному поведению и активности в виртуальном пространстве, задают смысловую направленность виртуальной личности. Зафиксированы значимые различия между группами по шкалам «мотив репликации» ($H_{эмп} = 76,502, p \leq 0,001$), «мотив личного пространства» ($H_{эмп} = 31,393, p \leq 0,005$), «мотив вноса» ($H_{эмп} = 48,866, p \leq 0,001$), «мотив обозначенного присутствия» ($H_{эмп} = 51,877, p \leq 0,001$), «мотив вживания в роль» ($H_{эмп} = 78,481, p \leq 0,001$).

6. Инструментальные психологические особенности виртуальной личности, включающие в себя инструментальную компетентность пользователя, эффективность реализации знаний, умений и навыков формируют каркас индивидуального опыта. Они выступают туннелирующим инструментом, направляющим взаимодействие личности с виртуальным пространством, организуют его разнообразие, устанавливают объем виртуального присутствия пользователя. Зафиксированы статистически значимые различия по группам респондентов в соответствии с выраженностью уровня инструментальной компетентности ($H_{эмп} = 57,481, p \leq 0,001$).

7. Идентификационные психологические особенности виртуальной личности являются организующими и формирующими элементами для конструирования виртуальной личности. Они включают самоописания и самопрезентации. Выявлены значимые различия между группами по выраженности показателей соотнесенности идеального Я и реального Я ($H_{эмп} =$

35,491, $p \leq 0,005$), идеального Я и виртуального Я ($H_{\text{эмп}} = 41,582$, $p \leq 0,001$) и виртуального Я и реального Я ($H_{\text{эмп}} = 15,848$, $p \leq 0,005$).

8. Установлено, что в зависимости от уровня активности и степени виртуализации, виртуальная личность пользователя имеет разную степень сформированности, что фиксируется в различной степени выраженности психологических особенностей каждого уровня. Для чрезмерно активных пользователей фиксируется наличие выраженности показателей всех четырех уровней. Активные пользователи демонстрируют наличие выраженности показателей трех уровней, ситуативные пользователи – двух уровней, пассивные демонстрируют наличие выраженности показателей только первого уровня.

9. Путем кластерного анализа были выделены пять групп интернет-пользователей по типу виртуальной личности: лидер мнений, эклектик, манифестатор, прагматик (наблюдатель), суррогат (диффузный).

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В Заключении описаны общие итоги исследования и сформулированы основные выводы.

1. Теоретически определено, что виртуальная личность объединяет в себе всю совокупность проявлений процесса взаимодействия пользователя и виртуального пространства, является необходимым элементом перехода пользователя в виртуальное пространство, организации там его присутствия и фиксации в разветвленной виртуальной структуре, способствует удовлетворению потребностей пользователя через возможности виртуального пространства, организацию виртуальной активности пользователя, тем самым способствуя приобретению нового индивидуального опыта. Деятельностный подход (А.Н. Леонтьев и др.), теория взаимодействия и отражения (С.Н. Смирнов), теория уровневой структуры самоотношения (В.В. Столин и др.) и концепция интернет-социализации (А.И. Лучинкина) стали ключевыми методологическими основаниями исследования, определяющими его направление и содержание.

2. Теоретически определено и эмпирически доказано, что виртуальная личность – проекция реальной личности в виртуальное пространство, ее функциональное расширение, способствующее освоению нового индивидуального опыта (виртуального), сформированная в ходе взаимодействия пользователя и виртуального пространства, обладающая свойствами субъекта и включающая отдельные характеристики личности. Виртуальная личность включает четыре уровня: когнитивный, инструментальный, мотивационный, идентификационный. Регуляция каждого уровня виртуальной личности осуществляется при помощи конкретных психологических особенностей.

3. Эмпирически определено наличие двух групп психологических особенностей виртуальной личности: индивидуальные и конъюнктурные. Источником индивидуальных психологических особенностей выступает реальная личность пользователя, ее индивидуально-психологические

особенности. Группа конъюнктурных психологических особенностей является внешними по своей природе существования и по отношению к личности пользователя, но тесно с ней связанной и выступающей в качестве осевой структуры для уровней виртуальной личности. В данную группу включены процессы виртуализации (погруженность, включенность и вовлеченность).

4. Эмпирически выделены 5 типов виртуальной личности в соответствии с выраженностью психологических особенностей на каждом из уровней виртуальной личности: лидер мнений, эклектик, манифестатор, прагматик (наблюдатель), суррогат (диффузный).

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Абакумова, И. В. Психологические особенности переживания студентами ограничения доступа к социальным сетям / И. В. Абакумова, Н. Е. Комерова, С. Н. Рягин // Российский психологический журнал. – 2023. – Т. 20, № 1. – С. 33-49. DOI 10.21702/rpj.2023.1.3.
2. Августин Блаженный. О граде Божием. Творения: В 4 т. Т.3 / Августин Блаженный. – Мн. : Харвест, М. : АСТ, 2000. – 1296 с.; ISBN: 985-433-817-7
3. Агадуллина, Е. Р. Пользователи социальных сетей: современные исследования / Е. Р. Агадуллина // Современная зарубежная психология. – 2015. – Т. 4, № 3. – С. 36-46. DOI 10.17759/jmfp.2015040305.
4. Акчурин, И. А., Коняев С. Н., Розин В. М. Концепция виртуальных миров и научное познание / И. А. Акчурин, С. Н. Коняев, В. М. Розин. – СПб. : Изд-во Рус. христиан. гуманитар. ин-та, 2000. – 317 с. ; ISBN 5-88812-100-2
5. Алексеева, К. А. Самопрезентация в киберпространстве: границы реального и выдуманного / К. А. Алексеева // Гуманитарий Юга России. – 2019. – Т. 8, № 2. – С. 175-186. DOI 10.23683/2227-8656.2019.2.13.
6. Алиева, Н. З., Гармаш, С. А, Якубенко, А. С., Пригородова, А. А. Концепции виртуальной реальности в мировой философской мысли / Н. З. Алиева, С. А. Гармаш, А. С. Якубенко, А. А. Пригородова // Успехи современного естествознания. – 2012. – № 6. – С. 195-196.
7. Анохин, П. К. Философские аспекты теории функциональной системы : избр. тр. / П. К. Анохин. Отв. ред. Ф. В. Константинов, Б. Ф. Ломов, В. Б. Швырков; АН СССР, Ин-т психологии. – М. : Наука, 1978. – 399 с.
8. Аристотель. Метафизика / Аристотель // Соч. в 4 т. / Москва. Мысль. 1975. – Т. 1. – 550 с.
9. Асмолов, А. Г. От Мы-медиа к Я-медиа: трансформации идентичности в виртуальном мире [Электронный ресурс] / А. Г. Асмолов, Г. А. Асмолов // Вестник Московского университета. Серия 14: Психология. – 2010. – № 1. – С.

3-21. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/ot-my-media-k-ya-media-transformatsii-identichnosti-v-virtualnom-mire> (дата обращения: 21.06.2024).

10. Асташкин, А. М. Анализ онтологического статуса виртуальных объектов: модальная логика и современная французская философия (Ж.Делёз, К.Мейясу, Ж. Бодрийар и Ж. Деррида) [Электронный ресурс] / А. М. Асташкин // Философская мысль. – 2018. – № 10. – С. 75-85. – URL: https://nbpublish.com/library_read_article.php?id=26563 (дата обращения: 03.07.2023).

11. Афанасьева, В. В. Homo Virtualis: психологические характеристики [Электронный ресурс] / В. В. Афанасьева // Изв. Саратов. ун-та Нов. сер. Сер. Философия. Психология. Педагогика. – 2010. – №2. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/homo-virtualis-psihologicheskie-harakteristiki> (дата обращения: 03.06.2024).

12. Афанасьева, В. В. Тотальность виртуального [Электронный ресурс] / В. В. Афанасьева. – Саратов, 2005. – URL: <https://proza.ru/2014/02/09/2497> (дата обращения: 12.06.2020).

13. Ахутин, А. В. Понятие «природа» в античности и в Новое время («фюсис» и «натура») / А. В. Ахутин. – М.: Наука, 1988. – 208 с. ISBN 5-02-008016-0

14. Баева, Л. В., Алексеева, И. Ю. Е-НОМО SAPIENS: виртуальный микрокосм глобальная среда обитания / Л. В. Баева, И. Ю. Алексеева // Философские проблемы информационных технологий и киберпространства. – 2014. – № 1(7). – С. 86-97.

15. Барышев, Р. А. Личность в контексте киберпространства / Р. А. Барышев // Вестник Челябинского государственного университета. Философия. Социология. Культурология. – 2011. – № 2 (217). – Вып. 20. – С. 15-18.

16. Бек, А. Т. Депрессия: причины и методы лечения (2-е изд.) / А. Т. Бек. – Филадельфия, Пенсильвания: Издательство Пенсильванского университета, 2009. – 166 с. ; ISBN 978-0-8122-1964-7

17. Бек, Дж. С. Когнитивная терапия: полное руководство / Дж. С. Бек. – М. : ООО «И. Д. Вильямс», 2006. – 400 с.; ISBN5-8459-1053-6

18. Белинская, Е. П. Идентичность личности в условиях социальных изменений : автореферат дис. ... доктора психологических наук : 19.00.05 / Е. П. Белинская – Московский гос. ун-т им. М. В. Ломоносова. – Москва, 2006. – 50 с.

19. Белинская, Е. П. Интернет и идентификационные структуры личности [Электронный ресурс] / Е. П. Белинская // Научная онлайн библиотека «Порталус». – 2001. – URL: https://portalus.ru/modules/psychology/rus_readme.php?subaction=showfull&id=1106582602&archive=1129709116&start_from=&ucat=& (дата обращения: 06.05.2019).

20. Белинская, Е. П., Гавриченко, О. В. Самопрезентация в виртуальном пространстве: феноменология и закономерности [Электронный ресурс] / Е. П. Белинская, О. В. Гавриченко // Психологические исследования. – 2018. – Т. 11, № 60. – С.12-32. – URL: <http://psystudy.ru/index.php/num/2018v11n60/1606-belinskaya60.html> (дата обращения: 01.07.2021). DOI:10.54359/ps.v11i60.269

21. Белинская, Е. П., Жичкина, А. Е. Стратегии самопрезентации в Интернет и их связь с реальной идентичностью [Электронный ресурс] / Е. П. Белинская, А. Е. Жичкина // CYBERPSY. – URL: https://cyberpsy.ru/articles/self-presentation_identity/ (дата обращения: 01.06.2021)

22. Бельский, В. Ю., Майкова, В. П., Молчан, Э. М., Левицкая, А. А. Цифровая трансформация личности в виртуальной реальности / В. Ю. Бельский, В. П. Майкова, Э. М. Молчан, А. А. Левицкая // Социально-гуманитарные знания. – 2021. – № 4. – С. 131-137. DOI 10.34823/SGZ.2021.4.51637.

23. Бернс, Р. Развитие Я-концепции и воспитание [Электронный ресурс] / Бернс Р. – Пер. с англ. М. Б. Гнедовского, М. А. Ковальчук; авт. вступ. ст. В. Я. Пилиповского. – М.: Прогресс, 1986. – 423 с. – URL: <https://rassep.ru/academy/perevodnye-knigi/61909/> (дата обращения: 06.05.2019).

24. Богданова, В. О., Александрова, Л. Д. Игры с идентичностью в мире сетевых коммуникаций [Электронный ресурс] / В. О. Богданова, Л. Д.

Александрова // Социум и власть. – 2019. – № 6 (80). – С. 39-45. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/igry-s-identichnostyu-v-mire-setevyih-kommunikatsiy> (дата обращения: 21.06.2024).

25. Богдановская, И. М., Иконникова, Г. Ю., Королева, Н. Н. Роль современной информационно- коммуникативной среды в формировании идентичности и образа мира современных подростков [Электронный ресурс] / И. М. Богдановская, Г. Ю. Иконникова, Н. Н. Королева // Психологическая наука и образование psyedu.ru. – 2015. – Т. 7, № 1. – С. 1–11. – URL: http://psyedu.ru/journal/2015/n1/Bogdanovskaya_et_al.phtml (дата обращения: 16.07.2022)

26. Богомолова, Е. И. Взаимосвязь личностных характеристик с особенностями активности пользователей социальных сетей интернета : специальность 19.00.01 "Общая психология, психология личности, история психологии" : автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата психологических наук / Богомолова Екатерина Ильинична. – Краснодар, 2015. – 22 с.

27. Богомолова, Е. И. Личностная идентичность в условиях виртуализации бытия / Е. И. Богомолова // Человек. Сообщество. Управление. – 2014. – № 2. – С. 104-120.

28. Богомолова, Е. И. Зенкова, А. И. Самооценка и предпочитаемые стратегии самопредъявления пользователей социальных сетей / Е. И. Богомолова, А. И. Зенкова // Наука: комплексные проблемы. – 2020. – № 2(16). – С. 91-95.

29. Бодрийяр, Ж. Пароли. От фрагмента к фрагменту / Ж. Бодрийяр – Екатеринбург : У-Фактория, 2006. – 200 с.; ISBN 5-9709-0003-6

30. Бодрийяр, Ж. Симулякры и симуляция / Ж. Бодрийяр. – Перевод О. А. Печенкина. – Т. : «Тульский полиграфист», 2013. – 204 с.; ISBN 978-5-88422-506-

31. Большаков, А. В. Культурологические аспекты видовой структуры творчества тема диссертации и автореферата по ВАК РФ 24.00.01, кандидат философских наук кандидат философских наук / А. В. Большаков. – 2008, Тамбов. – 178 с.

32. Бондаренко, Т. А. Самосоздание личности в виртуальной среде / Т. А. Бондаренко // Новая наука: Стратегии и векторы развития. – 2016. – №. 118-3. – С. 231-233.

33. Бороздина, Л. В. Сущность самооценки и ее соотношение с Я-концепцией [Электронный ресурс] / Бороздина Л. В. // Вестник Московского университета. Серия 14. Психология. – 2011. – №1. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/suschnost-samootsenki-i-ee-sootnoshenie-s-ya-kontseptsiey> (дата обращения: 03.06.2024).

34. Брунер, Дж. Психология познания / Дж. Брунер; Пер. с англ. К. И. Бабицкого ; Предисл. и общ. ред. д. чл. АПН СССР А. Р. Лурия.– М. : Прогресс, 1977. – 412 с.

35. Бурнаева, Е. М. «Человек виртуальный» в пространстве информационной культуры тема диссертации и автореферата по ВАК РФ 24.00.01, кандидат наук / Е. М. Бурнаева. – 2012. – 164 с.

36. Быльева, Д. С., Заморев, А. С., Нам, Т. А. Homo virtualis: социальное бытие в виртуальной реальности [Электронный ресурс] / Д. С. Быльева, А. С. Заморев, Т. А. Нам // Научно-технические ведомости СПбГПУ. Гуманитарные и общественные науки. – 2018. – Т. 9, № 4. – С. 29-38. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/homo-virtualis-sotsialnoe-bytie-v-virtualnoy-realnosti> (дата обращения: 21.06.2021).

37. Веселова, Е. К., Коржова, Е. Ю., Рудыхина, О. В., Анисимова, Т. В. Социальная поддержка как ресурс обеспечения субъективного благополучия студенческой молодежи / Е. К. Веселова, Е. Ю. Коржова, О. В. Рудыхина, Т. В. Анисимова // Социальная психология и общество. – 2021. – Т. 12, № 1. – С. 44-58. – DOI 10.17759/sps.2021120104.

38. Войскунский, А. Е. Поведение в киберпространстве: психологические принципы / А. Е. Войскунский // Человек. 2016. № 1. С. 36—49.

39. Войскунский, А. Е. Социальная перцепция в социальных сетях [Электронный ресурс] / А. Е. Войскунский // Вестник Московского университета. Серия 14. Психология. – 2014. – №2. – С. 90-104. <https://msupsyj.ru/articles/detail.php?article=4636> (дата обращения: 21.06.2021).

40. Войскунский, А. Е., Евдокименко, А. С., Федунина, Н. Ю. Альтернативная идентичность в социальных сетях / А. Е. Войскунский, А. С. Евдокименко, Н. Ю. Федунина // Вестник Московского университета. – 2013. – Серия 14. – № 1. – С. 66-83.

41. Войскунский, А. Е., Евдокименко, А. С., Федунина, Н. Ю. Сетевая и реальная идентичность: сравнительное исследование / А. Е. Войскунский, А. С. Евдокименко, Н. Ю. Федунина // Журнал Высшей школы экономики. – 2013. – Т. 10, № 2. – С. 98–121

42. Выготский, Л. С. Психология развития человека / Л. С. Выготский. – М.: Изд-во Смысл; Изд-во Эксмо, 2005. – 1136 с. ISBN 5-699-13728-9

43. Гайнцев, Е. Г. Мотивация интернет пользователей, или почему возникает зависимость от интернета [Электронный ресурс] / Е. Г. Гайнцев // Гуманитарные, социально-экономические и общественные науки. – 2015. – №2. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/motivatsiya-internet-polzovateley-ili-pochemu-voznikaet-zavisimost-ot-interneta> (дата обращения: 30.10.2023).

44. Галеев, Б. М. Виртуальная реальность и «тамошняя земля» Платона / Б. М. Галеев // Материалы межвузовской конференции. – Казань, 2000. – С. 9-12.

45. Галичкина, Е. Н. Виртуальная личность как объект изучения антропологической лингвистики / Е. Н. Галичкина // Актуальные проблемы филологии и педагогической лингвистики. – 2021. – №2. – С. 28-38.

46. Гермашева, Т. М. Проблема личностной идентификации блог-коммуниканта [Электронный ресурс] / Т. М. Гермашева // Научная мысль

Кавказа. – 2010. – №3 (63). – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/problemachnostnoy-identifikatsii-blog-kommunikanta> (дата обращения: 02.11.2023).

47. Гермашева, Т. М. Языковая личность субъекта блог-дискурса: лингвокогнитивный аспект тема диссертации и автореферата по ВАК РФ 10.02.19, кандидат филологических наук [Электронный ресурс] / Т. М. Гермашева. – 2011. – 174 с. – URL: <https://www.dissercat.com/content/yazykovaya-lichnost-subekta-blog-diskursa> (дата обращения: 03.06.2024).

48. Гермашова, В. А. Понятие «Виртуальная реальность» в философском знании / В. А. Гермашова // Наука. Инновации. Технологии. 2009. №5. С. 215-221.

49. Говердовская, Е. В., Добычина, Н. В. Взаимные референции между реальным и виртуальным пространством: новая коммуникационная среда [Электронный ресурс] / Е. В. Говердовская, Н. В. Добычина, // Социально-гуманитарные знания. – 2014. – №7. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/vzaimnye-referentsii-mezhdu-realnym-i-virtualnym-prostranstvom-novaya-kommunikatsionnaya-sreda> (дата обращения: 29.07.2024).

50. Горный, Е. В. Виртуальная личность как жанр творчества [Электронный ресурс] / Е. В. Горный // Сетевая словесность. – 2007. – URL: <https://www.netslova.ru/gornyy/vl.html> (дата обращения: 23.04.21).

51. Григорьев, Н. Ю., Чвякин, В. А. Предикторы фаббинга в структуре социальных коммуникаций / Н. Ю. Григорьев, В. А. Чвякин // Гуманитарий Юга России. – 2021. – Т. 10, № 3. – С. 90-101.

52. Гуссерль, Э. Картезианские медитации / Э. Гуссерль. – Пер. с нем. В. И. Молчанова. – М. : Академический проект, 2010. – 229 с.

53. Декарт, Р. Размышления о первой философии, в коих доказывается существование бога и различие между человеческой душой и телом / Р. Декарт. – Соч. в 2. т. Т.1. 2. – М., Мысль, 1994. – 640 с.

54. Делёз, Ж. Логика смысла / Ж. Делёз. – Пер. с фр. Я. И. Свирского. – М.: Академический Проект, 2011. – 472 с.

55. Делёз, Ж., Гваттари, Ф. Анти-Эдип: Капитализм и шизофрения / Ж. Делёз, Ф. Гваттари. – Екатеринбург : У-Фактория, 2007. – 672 с.

56. Демильханова, А. М. Влияние виртуальной реальности на образ Я: на примере ролевых компьютерных игр [Электронный ресурс] / А. М. Демильханова // автореферата по ВАК РФ 19.00.05, кандидат психологических наук. Специальность ВАК РФ 19.00.05 – М.: МАКС Пресс, 2009. – 157 с. – URL: <https://www.dissercat.com/content/vliyanie-virtualnoi-realnosti-na-obraz-ya-na-primere-rolevykh-kompyuternykh-igr> (дата обращения: 11.12.2021)

57. Деррида, Ж. Призраки Маркса. Государство долга, работа скорби и новый интернационал / Ж. Деррида. – М. : Logos-altera, «Ессе homo», 2006. – 256 с.

58. Дичев, Т. Г. Проблема адаптации и здоровье человека : (Методол. и социальные аспекты) / Т. Г. Дичев, К. Е. Тарасов. – Москва : Медицина, 1976. – 184 с.

59. Дубовицкая, Д. А. Семантика понятия виртуальности в рамках историко-философского аспекта / Д. А. Дубовицкая // Социально-экономические явления и процессы. – 2012. – № 3. – С. 177-182.

60. Егоров, Н. С. Категория виртуальности в истории философии от античности до нового времени / Н. С. Егоров // Colloquium-journal. – № 1 (25). – 2019. – С. 39-41.

61. Егорова, В. И. Образ в виртуальной среде / В. И. Егорова // Фундаментальные исследования. – 2012. – № 9-4. – С. 956-960. – URL: <http://fundamental-research.ru/ru/article/view?id=30430> (дата обращения: 07.05.2020).

62. Емелин, В. А. Симулякры и технологии виртуализации в информационном обществе / В. А. Емелин // Национальный психологический журнал. – 2016. – № 3(23). – С. 86-97.

63. Ермаков, П. Н. Раздел 2. Современные технологии идеологического воздействия в интернет-пространстве / П. Н. Ермаков, И. В. Абакумова, А. Г.

Штейнбух // Профилактика экстремизма и террористического поведения молодежи в интернет-пространстве: традиционные и инновационные формы : Методическое пособие. – Москва : КРЕДО, 2018. – С. 31-55.

64. Ермаков, П. Н. Ценностные ориентации пользователей «Вконтакте» с различными стратегиями трансляции смыслов / П. Н. Ермаков, Е. Е. Белоусова // Вестник Самарского государственного технического университета. Серия: Психолого-педагогические науки. – 2021. – Т. 18 – № 4. – С. 139-158. DOI 10.17673/vsgtu-pps.2021.4.11

65. Ермаков, П. Н. Лучинкина, И. С. Психофизиологические маркеры поведения личности в цифровой среде / П. Н. Ермаков, И. С. Лучинкина // Мир науки. Педагогика и психология. – 2024. – Т. 12, № 6. – URL: <https://mir-nauki.com/issue-6-2024.html> (дата обращения: 23.04.2025)

66. Забродин, Ю. М., Похилько, В. И. Теоретические истоки и назначение репертуарных личностных методик / Ю. М. Забродин, В. И. Похилько // Новый метод исследования личности. – М., 1987. – С. 5-26.

67. Завьялова, З. С. Самопрезентация личности в чат-коммуникации: специальность 09.00.11 «Социальная философия»: диссертация на соискание ученой степени кандидата философских наук / З. С. Завьялова. – Томск, 2011. – 144 с.

68. Зекерьяев, Р. И. Типы виртуальной личности интернет-пользователя [Электронный ресурс] / Р. И. Зекерьяев // Ученые записки. Электронный научный журнал Курского государственного университета. – 2019. – №1 (49). - URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/typy-virtualnoy-lichnosti-internet-polzovatelya> (дата обращения: 15.07.2023).

69. Зинченко, Ю. П. Виртуализация реальности: от психологического инструментария к новой субкультуре / Ю. П. Зинченко // Человек как субъект и объект медиапсихологии. – М.: Изд-во МГУ, 2011. – С. 231- 278

70. Зинченко, Ю. П. Виртуальная реальность в экспериментальной психологии: к вопросу о методологии / Ю. П. Зинченко // Человек как субъект и объект медиапсихологии. – М.: Изд-во МГУ, 2011. – с. 58-75.

71. Зябрина, А. В., Максюткова, З. Г. Категория виртуальной реальности в социально-философском дискурсе [Электронный ресурс] / А. В. Зябрина, З. Г. Максюткова // Вестник ВолГУ. Серия 7. Философия. Социология и социальные технологии. – 2015. – № 1 (27). – URL: <https://psst.jvolsu.com/index.php/ru/archive-ru/57-vestnik-volgu-seriya-7-filosofiya-sotsiologiya-i-sotsialnye-tehnologii-2015-1-27/filosofiya/743-zyabrina-a-v-maksyutova-z-g-kategoriya-virtualnoj-realnosti-v-sotsialno-filosofskom-diskurse> (дата обращения: 15.07.2023).

72. Иванов, Д. В. Виртуализация общества / Д. В. Иванов. – СПб.: Петербургское Востоковедение, 2000. – 96 с.

73. Иммануил Кант. Критика чистого разума / Иммануил Кант. – М., 1994. – 574 с

74. Иммануил Кант. Сочинения в шести томах. Том 4, часть 1. / Иммануил Кант. – М., 1965. – 544 с

75. Исаева, А. Н. «Бестелесность» личности в условиях виртуальной культуры / А. Н. Исаева // Психология. Журнал Высшей школы экономики. – 2021. – Т. 18, № 3. – С. 491-505.

76. Карпов, А. В. Психология сознания : Метасистемный подход. Монография / А. В. карпов. – М. : РАО, 2011. – 1020 с.; ISBN 978-5-97770-0612-5

77. Карпова, Е. В., Яблокова, А. В. Когнитивные стили: история вопроса и новые проблемы [Электронный ресурс] / Е. В. Карпова, А. В. Яблокова // Ярославский педагогический вестник. – 2016. – №6. – С. 220-226. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/kognitivnye-stili-istoriya-voprosa-i-novye-problemy> (дата обращения: 26.08.2022).

78. Кастельс, М. Информационная эпоха : Экономика, общество и культура / М. Кастельс. – пер. с англ. под науч. ред. О.И. Шкаратана; Гос. ун-т. Высш. шк. экономики. – Москва, 2000. – 606 с.

79. Касьянов, В. В. Виртуальное пространство как новый «старый» социокультурный феномен [Электронный ресурс] / В. В. Касьянов // Ученые записки Крымского федерального университета имени В. И. Вернадского. Социология. Педагогика. Психология. – 2018. – №2S. – С. 38-42. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/virtualnoeprostranstvokaknovyyystaryysotsiokulturnyyfeynomen> (дата обращения: 23.11.2022).

80. Катаева, О. В. Цифровизация и виртуализация жизненного мира: оценки и позиции / О. В. Катаева // Интеллект. Инновации. Инвестиции. – 2020. – № 6. – С. 129-136.

81. Келли, Дж. А. Теория личности : Психология лич. конструктов / Дж. А. Келли. – Пер. с англ. и науч. ред. А. А. Алексеева. – СПб. : Речь, 2000. – 248 с.

82. Кириллова, Н. Б., Пестова, А. В. «Виртуальный человек» как феномен новой социокультурной цивилизации / Н. Б. Кириллова, А. В. Пестова // Культура и цивилизация. – 2017. – Том 7. – № 4А. – С. 628-641.

83. Клементьева М.В. Статусы виртуальной идентичности: понятие и методика оценки («статус ви») / М.В. Клементьева // Психология. Журнал Высшей школы экономики. – 2024. – Т. 21. № 1. – С. 79-100. DOI: 10.17323/1813-8918-2024-1-79-100

84. Козлова, И. В. Личность как система конструктов. Некоторые вопросы психологической теории Дж. Келли / И. В. Козлова // Системные исследования. – М.: Наука, 1976. – 216 с.

85. Колышко, А. М. Психология самоотношения / А. М. Колышко. – Гродно: ГрГУ, 2004. – 102 с.

86. Кон, И.С. Открытие Я / И. С. Кон. – Москва : Политиздат, 1978. – 367 с.

87. Коптева, Н. В. Невоплощенность в интернете как предиктор смыслоутраты (на примере студенчества) [Электронный ресурс] / Н. В. Коптева // Мир науки. Педагогика и психология. – 2020. – №4. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/nevoploschennost-v-internete-kak-prediktor-smysloutraty-na-primere-studenchestva> (дата обращения: 03.06.2024).

88. Корнилова, Т. В. Новый опросник толерантности-интолерантности к неопределенности / Т. В. Корнилова // Психологический журнал. – 2010. – Т. 31, № 1. – С. 74-86

89. Корчуганова, И. П. Профессиональное развитие и поддержка педагогов, работающих с детьми группы риска (Методическое пособие). Под науч. Ред. профессора С. А. Лисицына, С. В. Тарасова. / И. П. Корчуганова // СПб.: ЛОИРО, 2006. – 172 с.

90. Красильников, О. Ю. Проблемы обеспечения безопасности экономического следа личности в интернете / О. Ю. Красильников // Известия Саратовского университета. Новая серия. Серия Экономика. Управление. Право. – 2022. – Т. 22, № 2. – С. 152-159.

91. Крюкова, Т. Л. Феномен когнитивных искажений в субъективной оценке жизненных событий [Электронный ресурс] / Т. Л. Крюкова, Ю. А. Хохлова // Личность в трудных жизненных ситуациях: ресурсы и преодоление : материалы Международной научно-практической конференции, посвященной 25-летию факультета психологии Омского государственного университета им. Ф.М. Достоевского, Омск, 04 октября 2018 года – 05 2017 года. – Омск: Омский государственный университет им. Ф.М. Достоевского, 2018. – С. 33-36. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/fenomen-kognitivnyh-iskazheniy-subektivnyh-otsenok-zhiznennyh-yavleniy-i-ego-izmerenie-pervichnaya-russkoyazychnaya-adaptatsiya> (дата обращения: 16.07.2024).

92. Кузнецова, Ю. М. Психология жителей Интернета. / Ю. М. Кузнецова, Н. В. Чудова. – М. : ЛКИ, 2011. – 224 с.

93. Куликова, Е. В. Сравнение образа «Я» в реальной жизни и сетевом пространстве [Электронный ресурс] / Е. В. Куликова // Мир педагогики и психологии. – 2019. – № 5(34). – С. 175-182. – URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=38172384> (дата обращения: 16.07.2024).

94. Кун, М., Макпартланд, Т. Эмпирические исследования установок личности па себя / М. Кун, Т. Макпартланд // Современная зарубежная социальная психология. Тексты. – М., 1984. – С. 180-188

95. Курбатов, В. И. Курбатова, О. В. Крупеникова, Л. Ш. Социальный диалог в гармонизации социальных отношений: реальный и виртуальный образ / В. И. Курбатов, О. В. Курбатова, Л. Ш. Крупеникова // Sciences of Europe. – 2016. – №4 (4). – С. 74-81

96. Левашкина, А. О. Трактовки понятия идентификации в отечественных и зарубежных исследованиях [Электронный ресурс] / А. О. Левашкина // Ярославский педагогический вестник. – 2013. – №3. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/traktovki-ponyatiya-identifikatsii-v-otechestvennyh-i-zarubezhnyh-issledovaniyah> (дата обращения: 02.11.2023).

97. Леонтьев, А. Н. Деятельность. Сознание. Личность / А. Н. Леонтьев. – М. : Политиздат, 1975. – 352 с.

98. Леонтьев, А. Н. Избранные психологические произведения: в 2 т. / А. Н. Леонтьев. – М. : Педагогика, 1983. – 320 с.

99. Леонтьев, А. Н. Проблемы развития психики / А. Н. Леонтьев. – М., 1972. – 573 с.

100. Линч, М. Базовые потребности и субъективное благополучие с точки зрения теории самодетерминации / М. Линч // Психология. – 2004. – Том 1. – № 3. – С. 137–142

101. Лобовикова, Е. А. Бытие человека в виртуальной культуре: имманентное и трансцендентное / Е. А. Лобовикова // Журнал научных публикаций аспирантов и докторантов. – 2018. – № 7(145). – С. 32-33.

102. Ломов, Б.Ф. Психическая регуляция деятельности: Избранные труды / Б. Ф. Ломов. – отв. ред. В. А. Барабанщиков [и др.]. – Москва : Ин-т психологии РАН, 2006. – 622 с.

103. Лопатинская, Т. Д. Цифровое бессмертие, или вечная жизнь в виртуально-игровой среде / Т. Д. Лопатинская // The caspian region: Politics, Economics, Culture History of Philosophy. – 2018. – № 2 (55). – С. 151-161.

104. Лурия, А. Р. Лекции по общей психологии : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по направлению и специальностям психологии / А. Р. Лурия. – Москва [и др.] : Питер, 2012. – 319 с.; ISBN 978-5-459-01166-1

105. Лутовинова, О. В. Виртуальная языковая личность: к определению понятия [Электронный ресурс] / О. В. Лутовинова // МНКО. – 2015. – №1 (50). – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/virtualnaya-yazykovaya-lichnost-k-opredeleniyu-ponyatiya> (дата обращения: 03.06.2023).

106. Лучинкина, А. И. Психологические закономерности социализации личности в виртуальном пространстве. Монография. Министерство образования, науки и молодежи Республики Крым, Государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования Республики Крым «Крымский инженерно-педагогический университет» / А. И. Лучинкина. – Симферополь : ИП Хотеева Л. В., 2018. – 407 с.

107. Лучинкина, А. И. Психология интернет-социализации личности / А. И. Лучинкина. – Симферополь : ВД «АРИАЛ», 2013. – 200 с.

108. Лучинкина, А. И. Специфика мотивации интернет-пользователей [Электронный ресурс] / А. И. Лучинкина // ПНиО. – 2014. – №6 (12). – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/spetsifika-motivatsii-internet-polzovateley> (дата обращения: 03.06.2024).

109. Лучинкина, И. С. Смыслы личности в цифровой среде / И. С. Лучинкина // Вестник Южно-Уральского государственного гуманитарно-педагогического университета. – 2024. – № 4(182). – С. 279-295. – DOI 10.25588/CSPU.2024.182.4.015.

110. Лучинкина, И. С. Когнитивные механизмы коммуникативного поведения в интернет-пространстве / И. С. Лучинкина // Научный результат. Педагогика и психология образования. – 2018 – Т. 4. №3. – С. 56-70.

111. Мазур, Е. Ю. Проблема соотношения понятий «Идентичность», «Идентификация» и их психологическое содержание [Электронный ресурс] / Е. Ю. Мазур // МНКО. – 2012. – №2. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/problema-sootnosheniya-ponyatiy-identichnost-identifikatsiya-i-ih-psihologicheskoe-soderzhanie> (дата обращения: 02.11.2023).

112. Малкова, Е. В. Виртуальная реальность: философские проблемы исследования / Е. В. Малкова. – Автономная некоммерческая орг. высш. и проф. образования «Пермский ин-т экономики и финансов». – Пермь: Пермский ин-т экономики и финансов, 2010. – 295 с.

113. Мамедов, А. К., Коркия, Э. Д. Идентичность в виртуальной реальности: новые альтернативы / А. К. Мамедов, Э. Д. Коркия // Теория и практика общественного развития. – 2017. – № 2. – С. 9-12.

114. Марцинковская, Т. Д. Идентичность в транзитивном и виртуальном пространстве [Электронный ресурс] / Т. Д. Марцинковская // Вестник РГГУ. Серия «Психология. Педагогика. Образование». – 2018. – №4 (14). – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/identichnost-v-tranzitivnom-i-virtualnom-prostranstve> (дата обращения: 15.07.2023).

115. Марцинковская, Т. Д. Психологические характеристики пользователей сети DarkNet: причины "ухода в тень" / Т. Д. Марцинковская, Ю. Ю. Толстопятов // Вопросы психологии. – 2022. – Т. 68, № 4. – С. 33-42.

116. Марцинковская, Т. Д. Сетевое и реальное пространство и время: переживание гармонии и кризиса / Т. Д. Марцинковская, С. В. Преображенская, В.А. Карпук // Вестник РГГУ. Серия: Психология. Педагогика. Образование. – 2019. – № 4. – С. 131-144.

117. Маслова, Ю. А., Белов, Ю. С. Технологии дополненной реальности [Электронный ресурс] / Ю. А. Маслова, Ю. С. Белов // E-Scio. – 2022. – №2 (65).

URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/tehnologii-dopolnennoy-realnosti> (дата обращения: 13.11.2023).

118. Медведева, И. А. Способы создания образа «Я» в виртуальном дискурсе / И. А. Медведева // Вестник Челябинского государственного университета. Филология. Искусствоведение. – 2012. – № 13 (267). – Вып. 65. – С. 65–68.

119. Мейясу, К. Вычитание и сокращение: Делёз, Имманенция, Материя и Память / К. Мейясу. – 2012. – 35 с.

120. Мороз, Д. Сеть друзей: История Fidonet / Д. Мороз // Журнал «Системный администратор». – 2006. – № 8 (45). – С. 86-90.

121. Моторина, Л. Е., Черняева, Г. В. Психологическая виртуальная реальность в компьютерной интерактивной среде / Л. Е. Моторина, Г. В. Черняева // Социальная психология и общество. – 2020. – Т. 11, № 1. – С. 8-26.

122. Мухина, В. С. Эволюция личности сквозь призму механизмов развития и бытия / В. С. Мухина // Развитие личности. – М.: Прометей, 2007. – № 2. – С. 8-31.

123. Немыкина, О. И. Понятие виртуальности в философском контексте / О. И. Немыкина // Известия ВУЗов. Поволжский регион. Гуманитарные науки. – 2011. – №1. – С. 53-62.

124. Николай Кузанский. Сочинения. В 2 т. / Николай Кузанский ; [пер. З. А. Тажуризиной и др. ; сост. В. В. Бибихина ; общ. ред. В. В. Соколова, З. А. Тажуризиной. – Москва : Мысль, 1980. – 471 с.

125. Носов, Н. А. Психологические виртуальные реальности / Н. А. Носов. – Рос. АН, Ин-т человека, Лаб. виртуалистики. – Москва : Б. и., 1994. – 195 с.

126. Панкратов, А. В. О различном понимании термина «виртуальная реальность» / А. В. Панкратов // Виртуальные реальности. Труды лаборатории виртуалистики. Вып. 4. – М, 1998. – С. 118-119.

127. Пантилеев, С. Р. Самоотношение как эмоционально-оценочная система : (Спецкурс) / С. Р. Пантилеев. – МГУ им. М. В. Ломоносова, Фак. психологии, Каф. общ. психологии. – Москва : Изд-во МГУ, 1991. – 108 с.
128. Парсонс, Т. Социальная система / т. Парсонс. – М. : Академический проект, 2018. – 529 с. ISBN 978-5-8291-2255-3
129. Перов, Е. В. Виртуальный образ личности / Е. В. Перов // Социальные и экономические системы. Социология. – 2019. – №2. – С. 5-20.
130. Перов, Е. В. Образ и имидж личности / Е. В. Перов // Социальные и экономические системы. Социология. – 2019. – №3. – С. 16-31.
131. Пиаже, Ж. Психология интеллекта / Жан Пиаже. – М. : Питер, 2003. – 191 с.
132. Пикулёва, О. А. Самопрезентация личности в пространстве интернет-коммуникаций / О. А. Пикулёва // Мир, личность, информация: перспективы междисциплинарных исследований: мат-лы Всерос. науч.-практ. конф. (Санкт-Петербург, 14-15 ноября 2013 г.). – СПб.: РГПУ им. А. И. Герцена. – 2014. – С. 55-58.
133. Пикулёва, О. А. Самопрезентация личности пользователей сети Интернет / О. А. Пикулёва // Вестник Ленинградского государственного университета им. А. С. Пушкина. – 2013. – №5(4). – С. 77-81.
134. Платон. Софист. Собр. соч В 4 т. / Платон. – М. : Мысль, 1993. – Т. 2. – 528 с.
135. Погорелов, Д. Н., Солдатова, Е. Л. Феномен виртуальной идентичности: современное состояние проблемы / Д. Н. Погорелов, Е. Л. Солдатова // The Education and Science Journal. Образование и наука. – 2018. – Том 20, № 5. – С. 105-124.
136. Полежаева, Н. П. Идентификация как фактор становления и функционирования личности [Текст] : дис. . канд. фи-лос. наук : 09.00.11 / Н. П. Полежаева. – М. : РГБ, 2006. – 140 с

137. Правдюк, С. А. Социокультурные особенности виртуального времени : специальность 24.00.01 «Теория и история культуры» : диссертация на соискание ученой степени кандидата социологических наук / С. А. Правдюк. – Ростов-на-Дону, 2002. – 164 с.

138. Пупышева, И. Н. Языковая личность-расширение сетевых коммуникативных горизонтов / И. Н. Пупышева // Вестник Тюменского государственного университета. Гуманитарные исследования. Humanitates. – 2012. – № 10. – С. 90-95.

139. Ранджан, Р. Теоретический анализ зарубежных когнитивных теорий личности / Р. Ранджан. // Baikal Research Journal. – 2021. – Т. 12, № 1. DOI: 10.17150/2411-6262.2021.12(1).22

140. Расина Э.О. Индекс виртуализации личности интернет-пользователя социальных сервисов: апробация психометрической методики / Э.О. Расина // СибСкрипт. – 2023. – Т. 25. № 2 (96). – С. 228-239.

141. Реан, А. А. Психология личности / А. А. Реан. – СПб. : Питер, 2013. – 288 с.

142. Регуш Л.А., Алексеева Е.В., Веретина О.Р., Орлова А.В., Пежемская Ю.С. Индекс погруженности в интернет-среду: стандартизация методики // Психолого-педагогические исследования. 2021. – Том 13, №3. – С. 31-50. DOI : 10.17759/psyedu.2021130303

143. Регуш Л. А., Алексеева Е. В., Веретина О. Р. Интернет-среда как источник психологических проблем и ресурс для совладания с ними у подростков / Л. А. Регуш, Е. В. Алексеева, О. Р. Веретина [и др.] // Известия Российского государственного педагогического университета им. А.И. Герцена. – 2024. – № 212. – С. 146-160. DOI : 10.33910/1992-6464-2024-212-146-160.

144. Регуш Л. А., Алексеева Е. В., Веретина О. Р. Психологические проблемы подростков и интернет-среда: диагностика и способы совладания / Л. А. Регуш Л. А., Алексеева Е. В., Веретина О. Р. Особенности онлайн-совладания с психологическими проблемами у подростков и молодежи / Л. А. Регуш, Е. В.

Алексеева, О. Р. Веретина [и др.] // Психология человека в образовании. – 2022. – Т. 4, № 4. – С. 475-488. DOI : 10.33910/2686-9527-2022-4-4-475-488.

145. Регуш, Е. В. Алексеева, О. Р. Веретина [и др.] // Вестник Российского фонда фундаментальных исследований. Гуманитарные и общественные науки. – 2023. – № 3(114). – С. 72-85. DOI : 10.22204/2587-8956-2023-114-03-72-85.

146. Реклама в Яндекс Директе: сколько стоит и как её настроить : Блог Яндекс Практикума [Электронный ресурс]. 2022. Дата обновления: 25.05.2022. URL: <http://katori.pochta.ru/linguistics/portals.html> (дата обращения: 05.10.2022).

147. Решенин, С. А. Виртуальная личность как актор и элемент социальной структуры виртуальных сетевых сообществ [Электронный ресурс] / С. А. Решенин // СибСкрипт. – 2013. – №2 (54). – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/virtualnaya-lichnost-kak-aktor-i-element-sotsialnoy-struktury-virtualnyh-setevyh-soobschestv> (дата обращения: 03.06.2023).

148. Рыльская, Е. А., Погорелов Д. Н. Идентичность личности в виртуальном пространстве социальных сетей и реальная идентичность: сравнительные характеристики / Е.А. Рыльская, Д.Н. Погорелов // Ярославский педагогический вестник. – 2021. – № 1 (118). – С. 105-114.

149. Рябикина, З. И. Личность и ее сознание в условиях виртуализации бытия / З. И. Рябикина, Е. И. Богомолова // Психология сознания: этнонациональные, религиозные, правовые и регулятивные аспекты, Самара, 15–17 октября 2015 года / Под редакцией Г. В. Акопова, Е. Л. Чернышовой, С. Г. Ихсановой. – Самара: Поволжская государственная социально-гуманитарная академия, 2015. – С. 273-275.

150. Рябикина, З. И. Проблема личностной безопасности в условиях нарастающей виртуализации бытия / З. И. Рябикина, Е. И. Богомолова // Психология безопасности и психологическая безопасность: проблемы взаимодействия теоретиков и практиков : сборник материалов Всероссийского научного семинара, Сочи, 28 сентября 2015 года / Под редакцией И. Б. Шуванова,

Ю. Э. Макаревской, Г. Ю. Фоменко, З.И. Рябикиной. – Сочи : ИП Иванов Владислав Вячеславович, 2015. – С. 41-48.

151. Рябикина, З. И. Возможные изменения субъектной позиции личности в связи с нарастающей виртуализацией ее бытия / З. И. Рябикина // Человек. Сообщество. Управление. – 2013. – №2. – С.76-90.

152. Самойлова, Е. О. Виртуальный нарратив в контексте современного хронотопа / Е. О. Самойлова // Гуманитарный вектор. – 2017. – Т. 12. – № 1. – С. 37-41.

153. Сапон, И. В. Исследование уровня анонимности на примере социальной сети "ВКонтакте" / И. В. Сапон, Д. Е. Леденев // Вестник НГУЭУ. – 2018. – № 1. – С. 232-253.

154. Селиванов, В. В., Осокина, К. А. Новая версия вербального теста на полезависимость-полenezависимость / В. В. Селиванов, К. А. Осокина // Психология когнитивных процессов. – 2015. – № 5. – С. 100-107.

155. Сенченко, В. В. Гендерные особенности восприятия образа тела у студентов в реальном и виртуальном пространстве / В. В. Сенченко // Ученые записки университета им. П. Ф. Лесгафта. – 2018. – № 11 (165). – С. 418-425.

156. Сенченко, Н. А. Виртуальная личность в социокультурном пространстве / Н. А. Сенченко // Культура и цивилизация. – 2016. – № 1. – С. 128-140.

157. Сибанбаева, С. Е., Муканова, А. М. История, особенности и перспективы технологии дополненной реальности / С .Е. Сибанбаева, А. М. Муканова // Приоритетные научные направления: от теории к практике. – 2016. – № 26-1. – С. 194-199.

158. Симатова, О. Б. Специфика самоотношения подростков, вовлеченных в селфи-культуру [Электронный ресурс] / О. Б. Симатова // Вестник Костромского государственного университета. Серия: Педагогика. Психология. Социокинетика. – 2017. – №3. – URL: [https://cyberleninka.ru/article/n/spetsifika-](https://cyberleninka.ru/article/n/spetsifika)

samoотноsheniya-podrostkov-vovlecheniye-v-selfi-kulturu (дата обращения: 17.11.2023).

159. Смирнов, С. Н. Диалектика отражения и взаимодействия в эволюции материи / С.Н. Смирнов. – М. : Наука, 1974. – 384 с.

160. Смирнов, Ф. О. Искусство общения в Интернет. Краткое руководство / Ф. О. Смирнов. – Вильямс, 2006. – 240 с.

161. Солдатова, Г.У., Войскунский, А.Е. Социально-когнитивная концепция цифровой социализации: новая экосистема и социальная эволюция психики / Г.У. Солдатова, А.Е. Войскунский // Психология. Журнал Высшей школы экономики. – 2021. – Т. 18. № 3. – С. 431-450. DOI: 10.17323/1813-8918-2021-3-431-450

162. Солдатова, Г.У., Чигарькова, С.В., Илюхина, С.Н. Метаморфозы идентичности человека достроенного: от цифрового донора к цифровому кентавру / Г.У. Солдатова, С.В. Чигарькова, С.Н. Илюхина // Социальная психология и общество. – 2024. – Том 15. № 4. – С. 40-57. DOI: <https://doi.org/10.17759/sps.2024150404>

163. Соловов, Д. Н. Понятие виртуальности в философии Средневековья / Д. Н. Соловов // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Философия. – 2010. – № 4. – С. 72-76.

164. Солодовник, В. А. Влияние Интернет-коммуникаций на личность пользователя [Электронный ресурс] / В. А. Солодовник // Киберпсихология. 2011. – URL: http://ru-cyberpsy.blogspot.com/2011/01/blog-post_03.html (дата обращения: 17.09.2018).

165. Столин, В. В. Самопознание личности / В. В. Столин. – М.: Издательство Московского Университета, 1983. – 284 с.

166. Сунгурова, Н. Л., Акимкина Ю. Е. Особенности самоотношения и психологических стратегий электронной коммуникации студентов [Электронный ресурс] / Н. Л. Сунгурова, Ю. Е. Акимкина // Высшее образование сегодня. – 2020. – №9. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti->

samoотноsheniya-i-psihologicheskikh-strategiy-elektronnoy-kommunikatsii-studentov (дата обращения: 17.11.2023).

167. Танимов, О. В. Проблемы виртуальной личности в сети Интернет / О. В. Танимов // Мониторинг правоприменения. – 2012. – №. 4. – С. 57-62.

168. Таратута, Е. Е. Философия виртуальной реальности / Е. Е. Таратута. – СПб., 2007. – 147 с.

169. Татарко, А. Н., Макласова, Е. В., Лепшокова, З. Х., Галяпина, В. Н., Ефремова, М. В., Дубров, Д. И., Бульцева, М. А., Бушина, Е. В., Миронова, А. А. Методика оценки вовлеченности в использование информационно-коммуникационных технологий / А. Н. Татарко, Е. В. Макласова, З. Х. Лепшокова, В. Н. Галяпина, М. В. Ефремова, Д. И. Дубров, М. А. Бульцева, Е. В. Бушина, А. А. Миронова // Социальная психология и общество. – 2020. – Т. 11, № 1. – С. 159-179. DOI 10.17759/sps.2020110110.

170. Трубицына, Л. В., Феоктистова, Е. А. Мотивация пребывания человека в социальных сетях [Электронный ресурс] / Л. В. Трубицына, Е. А. Феоктистова // Мир науки. Педагогика и психология. – 2022. – №6. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/motivatsiya-prebyvaniya-cheloveka-v-sotsialnyh-setyah> (дата обращения: 30.10.2023).

171. Утегенов, Н. Б. Виртуальная и дополненная реальности (VR и AR) [Электронный ресурс] / Н. Б. Утегенов // Universum: технические науки. – 2022. – № 7-1(100). – С. 23-26. – URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=49324543> (дата обращения: 04.06.2021).

172. Филатова, Е. А. Психологические особенности идеального Я личности при пассивном перфекционизме: Автореф. дис. ... кандидата психологических наук / Е. А. Филатова. – Москва, 2016. – 253 с.

173. Фома Аквинский. Сумма теологии / Фома Аквинский. – Пер. с лат. С. И. Еремеева, А. А. Юдина. – Москва : Ника-Центр, 2002. – 559 с.

174. Фрейд, З. Я и Оно / З. Фрейд. – М. : «Издательство АСТ», (Эксклюзивная классика (Лучшее), 2023 – 352 с.

175. Фриндте, В., Келер, Т. Публичное конструирование Я в опосредованном компьютером общении [Электронный ресурс] / В. Фриндте, Т. Келер // Гуманитарные исследования Интернета. под ред. А. Е. Войскунского. – 2000. – С. 40–54. – URL: <https://cyberpsy.ru/articles/frindte-self-construction-in-cmc/> (дата обращения: 04.06.2021).

176. Хайбулина, Э. И. Информационная безопасность личности в виртуальном пространстве эпохи постмодерна Известия Южного федерального университета / Э. И. Хайбулина // Технические науки. – 2012. – Т. 136. – №. 11 (136). – С. 159-164.

177. Хватова, М. В. Самоотношение в структуре психологически здоровой личности [Электронный ресурс] / М. В. Хватова // Гаудеамус. – 2015. – №1 (25). – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/samootnoshenie-v-strukture-psihologicheski-zdorovoy-lichnosti> (дата обращения: 16.11.2023).

178. Холодная, М. А. Когнитивные стили. О природе индивидуального ума / М. А. Холодная. – СПб.: Питер, 2004. – 384 с.

179. Хороших, В. В., Кононученко К. В. Отношение подростков с разным уровнем рефлексивности к популярным интернет-тестам [Электронный ресурс] / В. В. Хороших, К. В. Кононученко // Известия Иркутского государственного университета. Серия: Психология. – 2019. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/otnoshenie-podrostkov-s-raznym-urovнем-refleksivnosti-k-populyarnym-internet-testam> (дата обращения: 17.11.2023).

180. Хоружий, С. С. Род или недород? Заметки к онтологии виртуальности / С. С. Хоружий // Вопр. философии. – 1997. – № 6. – С. 53-68.

181. Хьелл, Л. Теории личности (Основные положения, исследования и применение) / Л. Хьелл, Д. Зиглер. – СПб. : Питер, 2008. – 609 с.

182. Шалганова, Д. В. Понятие пространства в контексте естественнонаучного, социологического и философского знания [Электронный ресурс] / Д. В. Шалганова // Ученые записки СанктПетербургского университета технологий управления и экономики. – 2015. – №4 (52). – С. 126-131. – URL:

<https://cyberleninka.ru/article/n/ponyatieprostranstvavkonteksteestvenn> (дата обращения: 17.11.2023).

183. Шевченко, И. С. Факторы динамичности самопрезентаций в Интернет-общении [Электронный ресурс] / И. С. Шевченко // Cyberpsy. – 2017. – URL: https://cyberpsy.ru/articles/dynamic_self-presentation/ (дата обращения: 17.11.2023).

184. Шугайло, И. В. «Множественная личность» как проявление конфликта (на материале анализа визуального образа «ВКонтакте») / И. В. Шугайло // Вестник Ленинградского государственного университета им. А. С. Пушкина Языкознание и литературоведение. – 2012. – С. 45- 64.

185. Юрков, А. А. Типологизация пользователей онлайн-игр и их мотивация / А. А. Юрков // Знание. Понимание. Умение. – 2012. – №3. – С. 301-304.

186. Azuma, R. A survey of augmented reality [Electronic resource] / R. A. Azuma // Presence: Teleoperators & Virtual Environments. – 1997. – №6 (4). – С. 355-385. – URL: <https://typeset.io/papers/a-survey-of-augmented-reality-17irtaxt7z> (Accessed: 09.05.2021) – DOI: 10.1162/PRES.1997.6.4.355

187. Agger, B. The Virtual Self: A Contemporary Sociology / Agger B. – Malden, MA: Blackwell Pub. 2004. – 203 p.

188. Aichner, T., Jacob, F. Measuring the Degree of Corporate Social Media Use / Aichner T., Jacob F. // International Journal of Market Research. – 2015. – №57(2). – P. 257-275.

189. Baltezarevic, R., Baltezarevic, B., Kwiatek, P., Baltezarevic, V. N. The Impact of Virtual Communities on Cultural Identity / R. Baltezarevic, B. Baltezarevic, P. Kwiatek, V. N. Baltezarevic // Symposium. – 2019. – №6 (1). – P. 7-22.

190. Barbovschi, M., Balea, B., Velicu, A. Peer-ing in the online mirror: Romanian adolescents' disclosure and mutual validation in presentations of self on social media [Electronic resource] / M. Barbovschi, B. Balea, A. Velicu, // Revista Romana de Sociologie. – 2018. – №29. – P. 269-286. – URL:

https://www.researchgate.net/publication/331233363_Peering_in_the_Online_Mirror_Romanian_Adolescents'_Disclosure_and_Mutual_Validation_in_Presentations_of_Self_on_Social_Media (Accessed: 09.05.2021)

191. Bartle, R. A. *Designing Virtual Worlds* / R. A. Bartle. – Boston; San Francisco, 2004. – 741 p.

192. Becker, B. To be in touch or not? Some remarks on communication in virtual environments / B. Becker – Paper presented at the 6th International IFIP-Conference. 1997. – 234 p.

193. Callahan, M. «Zoom fatigue» is real. Here's why you're feeling it, and what you can do about it [Electronic resource] / M. Callahan. – 2020. – URL: <https://news.northeastern.edu/2020/05/11/zoom-fatigue-is-realheres-why-youre-feeling-it-and-what-you-can-do-about-it/> (Accessed: 09.05.2021)

194. Chalmers, D. J. *Reality+: Virtual Worlds and the Problems of Philosophy* / D. J. Chalmers. – Publisher W. W. Norton & Company, 2022. – 544 p.

195. Chen, B. X. What's All the Hype About the Metaverse? [Electronic resource] / B. X. Chen // The New York Times. (Jan. 18, 2022). – URL: <https://www.nytimes.com/2022/01/18/technology/personaltech/metaverse-gaming-definition.htm> (Accessed: 09.05.2021)

196. Chen, C. C., Hooijberg, R. Ambiguity intolerance and support for valuing diversity interventions / C. C. Chen, R. Hooijberg // *Journal of Applied Social Psychology*. – 2000. – Vol. 30 (11). – P. 2392-2408.

197. Covin, R., Dozois, D. J. A., Ogniewicz, A., Seeds, P. M. Measuring Cognitive Errors: Initial Development of the Cognitive Distortions Scale (CDS) [Electronic resource] / R. Covin, D. J. A. Dozois, A. Ogniewicz, P. M. Seeds // *Int J Cogn.* – 2011. Ther 4. – P. 297–322 – URL: <http://guilfordjournals.com/doi/abs/10.1521/ijct.2011.4.3.297>. (Accessed: 09.08.2022)

198. Dimitrov, N. G. Internet nicknames as a self-presentation instrument / N. G. Dimitrov // *Annual of Sofia University "St. Kliment Ohridski"*. 2018. – № 106. – C. 164-187.

199. Donath, J. S. Identity and Deception in the Virtual Community. Communities in Cyberspace [Electronic resource] / J. S. Donath. – New York, 1997. – URL: https://www.researchgate.net/publication/2512169_Identity_and_Deception_in_the_Virtual_Community (Accessed: 09.08.2022)

200. Emily Pellegrini AI : The virtual Influencer Making Waves : AltoolMall [Electronic resource]. 2023. Date of update : 16.11.2023. URL: https://aitoolmall.com/news/emily-pellegrini-ai/?expand_article=1 (Accessed: 05.12.2023).

201. Evans, S. The Self and Second Life: A Case Study Exploring the Emergence of Virtual Selves / S. Evans. – In: Peachey, A., Childs, M. (eds) *Reinventing Ourselves: Contemporary Concepts of Identity in Virtual Worlds*. Springer Series in Immersive Environments. Springer, London, 2011. – P.33-57.

202. Goldstein, K., Scheerer, M. Abstract and concrete behavior: An experimental study with special tests / K. Goldstein, M. Scheerer. American Psychological Association, 1964. – 151 p.

203. Gualeni, S., Vella, D. Virtual Existentialism: Meaning and Subjectivity in Virtual Worlds [Electronic resource] / S. Gualeni, D. Vella – Basingstoke, UK: Palgrave Pivot, 2020. – URL: <https://philpapers.org/rec/GUAVEM> (Accessed: 09.05.2021)

204. Gualeni, S. Virtual Worlds as Philosophical Tools: How to Philosophize with a Digital Hammer [Electronic resource] / S. Gualeni // *Journal of the Philosophy of Games*. 2017. – URL: https://www.researchgate.net/publication/330444221_Virtual_Worlds_as_Philosophical_Tools_How_to_Philosophize_with_a_Digital_Hammer_by_Stefano_Gualeni (Accessed: 09.05.2021)

205. Harvey, O. J. System structure, flexibility and creativity // Experience structure and adaptability / O. J. Harvey. – New York: Springer Publishing Company, Inc., 1966. – P. 39-65.

206. Harvey, O. J. Conceptual system and attitude change / O. J. Harvey. // Thought and Personality. – Baltimore: Penguin Books Inc., 1970. – P. 315-333.

207. Hayati, Y., Mai, F. M. B. M., Zulfurhaini, Z. Young adults' behaviour and motivations toward selfie-posting / Y. Hayati, F. M. B. M. Mai, Z. Zulfurhaini // International Journal of Advanced Scientific Research & Management. – 2021. – №6(6). – C. 13-26. DOI : 10.36282/IJASRM/6.6.2021.1815

208. Heim, M. The metaphysics of virtual reality / M. Heim // Virtual reality: theory, practice and promise. Westport; L. – 1991. – P. 39-45.

209. Hollenbaugh, E. E. Self-Presentation in social media: Review and research opportunities / E. E. Hollenbaugh // Review of Communication Research. – 2021. – №9. – C. 80-98. DOI : 10.12840/ISSN.2255-4165.027

210. Howard, Th. Design to Thrive: Creating Social Networks and Online Communities that Last, 1st Edition [Electronic resource] / Th. Howard. – Morgan Kaufmann Publishers, Burlington, Massachusetts, USA., 2010. — URL: <https://firstmonday.org/ojs/index.php/fm/article/download/12471/10612> (Accessed: 09.05.2021)

211. Jones, S. Virtual culture: identity and communication in cybersociety / S. Jones. – Publisher London; Thousand Oaks : Sage Publications, 1997. – 262 p.

212. Kaplan, A. M., Haenlein, M. The fairyland of Second Life: About virtual social worlds and how to use them / A. M. Kaplan, M. Haenlein // Business Horizons. – 2009. – №52(6). – P. 563-572.

213. Kelly, G. The Psychology of Personal Constructs / G. Kelly. – Oxfordshire : Taylor & Francis, 1992. – 810 p.

214. Kizilcec, R. F., Aymerich-Franch, L., Bailenson, J. N. The relationship between virtual self similarity and social anxiety [Electronic resource] / R. F. Kizilcec, L. Aymerich-Franch, Bailenson J. N. // Virtual Human Interaction Lab, Department

of Communication, Stanford University, Stanford, CA, USA Front. Hum. Neurosci. – 2014. – URL:

https://www.researchgate.net/publication/269186688_The_Relationship_between_Virtual_Self_Similarity_and_Social_Anxiety (Accessed: 09.05.2021)

215. Kosinski, M., Stillwell, D., Graepel, T., Private traits and attributes are predictable from digital records of human behavior / M. Kosinski, D. Stillwell, T. Graepel // Proc. Nat. Acad. Sci. – 2-13. – vol. 110. – P. 5802-5805.

216. Kozinets, R.V. Avatar: Auto-Netnographic Research in Virtual Worlds [Electronic resource] / R. V. Kozinets, R. I Kedzor // Virtual Social Identity and Consumer Behaviour. – New York, 2009. – URL: https://www.researchgate.net/publication/285893381_I_avatar_Auto-netnographic_research_in_virtual_worlds (Accessed: 09.05.2021)

217. Leonardi, M., Narrative as Self Performance: The Rhetorical Construction of Identities on Facebook Profiles [Electronic resource] / M. Leonardi. – 2010. – URL: https://digitalrepository.unm.edu/cj_etds/11 (Accessed: 09.05.2021)

218. Luchinkina, I. Identity in the age of digital challenges: models and practices / I. Luchinkina, P. Ermakov // Child in a digital world : International Psychological Forum: Book of Abstracts, Moscow, 01-02 июня 2024 года. – Moscow: Moscow University Press, 2024. – P. 212-214. – DOI 10.61365/forum.2024.170

219. McCreery, M. P., Krach, Sh. K., Schrader P. G., Boone R. Defining the virtual self: Personality, behavior, and the psychology of embodiment / McCreery, M. P., Krach, Sh. K., Schrader, P. G., Boone, R. // Article in Computers in Human Behavior. – 2012. – № 28(3). – P. 976-983.

220. Mealy, P. Virtual and Augmented Reality / Mealy P. – John Willey& Sons, Inc, 2018. – 347 p.

221. Nichols, H. How to Avoid Facebook-Induced Depression [Electronic resource] / H. Nichols // Medical news today. – 2016. – vol. 12. – P. 1-23. – URL: <https://steemit.com/steemstem/@care12/how-to-avoid-facebook-induced-depression> (Accessed: 09.05.2021)

222. Ozdel K, Taymur I, Guriz S. O, Tulaci R. G, Kuru E, Turkcapar M. H. Measuring cognitive errors using the Cognitive Distortions Scale (CDS): psychometric properties in clinical and non-clinical samples [Electronic resource] / K. Ozdel, I. Taymur, S. O. Guriz, R. G. Tulaci, E. Kuru, M. H. Turkcapar // PLoS One. – 2014. – №9(8). – URL: <https://archive.org/details/pubmed-PMC4149474> (Accessed: 09.05.2021) DOI:10.1371/journal.pone.0105956

223. Peachey, A., Chids M. Virtual Worlds and Identity [Electronic resource] / A. Peachey, M. Chids // Reinventing Ourselves: Contemporary Concepts of Identity in Virtual Worlds. London, 2011. – URL: https://www.researchgate.net/publication/321594202_Reinventing_Ourselves_Contemporary_Concepts_of_Identity_in_Virtual_Worlds (Accessed: 09.05.2021)

224. Raffaele, R. C., Andrade de Carvalho B. J., Silva F. G. M. Evaluation of immersive user interfaces in virtual reality first person games / R.C. Raffaele R.C., B.J. Andrade de Carvalho, F.G.M. Silva // EPCGI. – 2017. – P.123-12614

225. Rahmadya Putra Nugraha, S. The Formation of Teenager Virtual Self-Image on Instagram Social Media [Electronic resource] / S. Rahmadya Putra Nugraha // International journal of social science and human research. – 2021. – Vol. 04(12). – P. 3916-3920. – URL: <https://ijsshr.in/v4i12/63.php> (Accessed: 09.05.2021) DOI : 10.47191/ijsshr/v4-i12-63.

226. Reid, E. M. Cultural formations in text-based virtual realities. A thesis submitted in fulfillment of the requirements for the degree of Master of Arts [Electronic resource] / E. M. Reid. – University of Melbourne, 1994. – URL: <http://www.aluluei.com/cult-form.htm> (Accessed: 09.05.2021)

227. Revelle, W., Condon, D. M. A model for personality at three levels / W. Revelle, D. M. Condon // Journal of Research in Personality. – 2015. – №56. – P. 70-81.

228. Saker, M., Frith, J. Contiguous identities: The virtual self in the supposed Metaverse [Electronic resource] / Saker M., Frith J. // First Monday. – 2022. – Vol.

- 27, №3-7. – URL:
https://www.researchgate.net/publication/359099945_Contiguous_identities_The_virtual_self_in_the_supposed_Metaverse (Accessed: 09.05.2021)
229. Schroder, H. M., Driver, M. J., Streufert, S. Levels of information processing / H. M. Schroder, M. J. Driver, S. Streufert // *Thought and Personality*. – P. B. Warr (ed.). Baltimor: Penguin Books Inc., 1970. – P. 174-191.
230. Sechrest, L. The Psychology of Personal Constructs: George Kelly. In book : *Concepts of Personality* / L. Sechrest. – Oxfordshire : Routledge, 1963. – p.206-233
231. Sekerin, V. D., Dudin, M. N., Gorokhova, A. E., Gayduk, V. I., Volkov, V. I. Creation of a Virtual Image: Digital Technology of the 21st Century [Electronic resource] / V. D. Sekerin, M. N. Dudin, A. E. Gorokhova, V. I. Gayduk, V. I. Volkov. – Amazonia investiga. University of the Amazon (Florenca, Caquetá). – 2019. – №8 (20). – P. 340-348. – URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=38182018> (accessed 09.05.2021)
232. Seung-A., A. J. The virtual malleable self and the virtual identity discrepancy model: Investigative frameworks for virtual possible selves and others in avatar-based identity construction and social interaction / A. J. Seung-A. // *Computers in Human Behavior*. – 2012. – Vol. 28. – Issue 6. – P. 2160-2168.
233. Smith, K. Digital Outcasts Moving Technology Forward without Leaving People Behind 1st Edition / K. Smith. – Imprint: Morgan Kaufmann, 2013. – 288 p.
234. Suler, J. Identity management in cyberspace / J. Suler // *Journal of Applied Psychoanalytic Studies*. – 2002. – № 4. – P. 455-459.
235. Susanto, M. R., Retnaningsih, R., Barriyah, I. Q., Dwi Marianto M., Setiawati, S.W., Sudirman, A. Contemporary Culture Transformation Through Virtual Space: A Cyberculture Perspective / M. R. Susanto, R. Retnaningsih, I. Q. Barriyah, M. Dwi Marianto, S.W. Setiawati, A. Sudirman // *International Journal of Recent Technology and Engineering (IJRTE)*. – 2019. – Vol.8, Is.1C2. – P. 34-52.

236. Thierer, A. D., Castillo O'sullivan, A., Russell, R. Artificial Intelligence and Public Policy [Electronic resource] / A. D. Thierer, A. Castillo O'sullivan, R. Russell // Mercatus Research Paper. – 2017. – https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3021135 (Accessed: 09.05.2021) DOI:10.13140/RG.2.2.14942.33604

237. Tombul, I., Sarı G. Transformation of self presentation in virtual space / I. Tombul, G. Sarı // İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi. – 2021. – №53. – P. 93-108.

238. Turkle, Sh. Alone together. Why we expect more from technology and less from each other / Sh. Turkle. – Basic books. A member of the perseus books group, 2011. – 360. p.

239. Turkle, Sh. Life on the screen: Identity in the age of the Internet / Sh. Turkle. – N.Y.: Simon & Schuster, 1995. – 347 p.

240. Turkle, Sh. Multiple subjectivity and virtual community at the end of the Freudian century / Sh. Turkle // Sociological Inquiry. – 1997. – № 67(1). – P. 72–84.

241. Vaast, E. The Presentation of Self in a Virtual but Work-related Environment. In: Crowston, K., Sieber, S., Wynn, E. (eds) / E. Vaast // Virtuality and Virtualization. IFIP International Federation for Information Processing, Springer, Boston, MA. – 2007. – vol 236.

242. Waggoner, Z. My Avatar, My Self: identity in Video Role-Playing Games [Electronic resource] / Z. Waggoner. – URL: https://books.google.ru/books?id=uf9QosYeuX4C&printsec=frontcover&hl=ru&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false (Accessed: 09.05.2021)

243. Walsh, R. Focusing on the customer. Micro-ISV : From Vision to Reality / R. Walsh. – Apress, 2006. – 376 p.; ISBN 978-1-4302-0114-4.

244. Winder, D. Being Virtual: Who You Really Are Online / D. Winder Chichester, England ; Hoboken, NJ : Wiley, 2008. – 245 p.

245. Wu, Y.J., Chang Wei-Hung, Yuan Chih-Hung Do Facebook profile pictures reflect user's personality? [Electronic resource] / Y.J. Wu, Chang Wei-Hung,

Yuan Chih-Hung // Computers in Human Behavior. – 2015. – №51(B), – P. 880-889.

– URL: <https://www.researchgate.net/publication/280598746>

Do_Facebook_profile_pictures_reflect_user's_personality (Accessed: 09.05.2021)

DOI:10.1016/j.chb.2014.11.014.

246. Young, K. S. What makes the Internet addictive: potential explanations for pathological Internet use [Electronic resource] / K. S. Young // Paper presented at the 105th annual conference of the American Psychological Association, 15 Aug 1997, Chicago, IL. – URL: <https://www.healthyplace.com/addictions/center-for-internet-addiction-recovery/what-makes-the-internet-addictive-potencial> (Accessed: 09.05.2021)