

СТРУКТУРА ВИРТУАЛЬНОЙ ИДЕНТИЧНОСТИ КАК ИНТЕГРАЛЬНОГО ФЕНОМЕНА

Д.Н. Погорелов^{1,2}, Е.А. Рыльская¹

¹ Южно-Уральский государственный университет, г. Челябинск, Россия

² Челябинский институт переподготовки и повышения квалификации работников образования, г. Челябинск, Россия

Аннотация. Распространение сети Интернет стимулирует пользователей к увеличению времени, проводимому в социальных сетях, что актуализирует конструирование виртуальной идентичности. Авторы исследований виртуальной идентичности сосредоточены на описании характеристик, отражающих специфику данного феномена. Вопрос об изучении его структуры остается открытым. **Цель:** выявить особенности взаимосвязей структурных компонентов виртуальной идентичности пользователей социальных сетей. **Материалы и методы.** Выборку исследования составили 285 человек в возрасте от 18 до 72 лет, включая 197 женщин (69,1 %) и 88 мужчин (30,9 %). Для изучения особенностей структуры виртуальной идентичности использовался тест «Виртуальная идентичность пользователей социальных сетей» (Погорелов Д.Н., Рыльская Е.А.). Статистическая обработка результатов осуществлялась с применением описательных статистик, факторного анализа, критерия t-Стьюдента в программе IBM SPSS Statistics v. 17.0. **Результаты.** Выявлено, что структура виртуальной идентичности пользователей социальных сетей включает такие компоненты, как «кибераддикция», «принятие субкультуры», «виртуальный образ». Выявленные компоненты взаимосвязаны между собой, что указывает на интегральную природу феномена виртуальной идентичности и на качественное своеобразие ее составляющих. Женщины и мужчины не различаются по степени выраженности структурных компонентов виртуальной идентичности, однако выявлены ее возрастные особенности. У пользователей в возрасте до 35 лет показатели кибераддикции и виртуального образа значимо выше, что связано с более активным использованием Интернета, высокой референтностью социальных сетей и особенностями социализации в цифровой среде этой возрастной группы. **Заключение.** Определены структурные компоненты виртуальной идентичности пользователей социальных сетей: «кибераддикция», «принятие субкультуры», «виртуальный образ». Виртуальная идентичность представляет собой интегральный феномен, рассматриваемый нами как подсистема эго-идентичности, состоящая из текстовых, визуальных, аудиальных характеристик виртуального образа, отражающего физические и личностные свойства, а также особенности коммуникации, определяющие целостность и тождественность личности в рамках субкультуры пользователей социальных сетей. Полученные результаты могут быть использованы в новых, развивающихся направлениях исследований: психология информационных технологий, психология Интернета, киберпсихология и психология киберзависимости.

Ключевые слова: виртуальная идентичность, социальные сети, пользователи социальных сетей, структура виртуальной идентичности, зависимость от социальных сетей, принятие норм субкультуры пользователей социальных сетей, виртуальный образ.

Введение

В настоящее время пользователи сети Интернет проводят значительное количество времени в социальных сетях, в которых осуществляется виртуальное общение [1, 2]. Состав пользователей социальных сетей в большей степени представлен подростками и юношами, для которых первостепенны вопросы самоопределения, формирования ценностной сферы и мировоззренческих установок. Не владея достаточной компетентностью в вопросах безо-

пасного поведения в социальных сетях [3, 4], верными представлениями о нормах субкультуры пользователей Сети [5], дети и подростки часто становятся зависимыми от опасного контента [6]. Интернет-аддикции разного рода способствуют снижению общего жизненного потенциала человека, отрицательно сказываются на его жизнеспособности [7]. В связи с этим актуализируются запросы родителей и педагогов по изучению социализации личности цифрового поколения.

Для взрослого человека социальные сети актуальны по причине реализации задач, связанных с общением, интернет-шопингом, участием в группах по интересам, возможностью найти любую информацию, множеством способов самовыражения. Пандемия COVID-19 актуализировала необходимость использования социальных сетей людьми, в том числе преклонного возраста, что повлекло за собой неожиданные трансформации субкультуры пользователей сети Интернет [5].

Погружение в Сеть приводит к изменениям в представлениях личности о самой себе, к трансформациям в содержании эго-идентичности и в итоге к конструированию пользователями специфической идентичности. Данный феномен, активно исследуемый сейчас в зарубежном и отечественном научном пространстве, представлен разнообразным терминологическим спектром: «virtual identity» (виртуальная идентичность), «virtual personality» (виртуальная личность), «on-line identity» (онлайн идентичность), «digital identity» (цифровая идентичность), «кибер-идентичность», «виртуальная идентичность», «метаидентичность», «сетевая идентичность» «репост-идентичность», «идентичность в виртуальном пространстве»¹ [8–14]. Более приемлемым нам представляется лингвистический вариант «виртуальная идентичность», и, учитывая, что большая часть работ, направленных на анализ этого феномена, не дает его определения, предлагаем собственную трактовку: «Виртуальная идентичность – это подсистема эго-идентичности, состоящая из текстовых, визуальных, аудиальных характеристик виртуального образа, отражающего физические и личностные свойства и особенности коммуникации, определяющие целостность и тождественность личности в рамках субкультуры пользователей социальных сетей» [15].

Кроме того, авторы имеющихся публикаций, как правило, не касаются вопросов описания и исследования структуры виртуальной идентичности, ограничиваясь лишь констатацией характеристик, которые, с их точки зрения, отражают ее специфику. Вместе с тем важно отметить, что традиционные компоненты идентичности в отношении виртуаль-

ной идентичности пользователей социальных сетей предположительно будут организованы иначе ввиду того, что она конструируется в особой среде, в рамках которой поведение реализуется не на физическом, а на когнитивном уровне. Вышеизложенное определяет **цель** исследования, которая заключается в выявлении особенности взаимосвязей структурных компонентов виртуальной идентичности пользователей социальных сетей.

Материалы и методы

В исследовании приняли участие 285 человек. В состав выборки вошли респонденты от 18 до 72 лет (122 испытуемых в возрасте от 18 до 35 лет; 92 – в возрасте от 36 до 55 лет; 71 – в возрасте от 56 до 72 лет). Средний возраст испытуемых составил 37 лет. В составе выборки – 197 женщины и 88 мужчин. Среди них – студенты высших учебных заведений, представители интеллектуальных и рабочих профессий. Сбор материала осуществлялся в период с 2018 по 2021 годы. Поскольку феномен виртуальной идентичности является новым и недостаточно изученным, специальных психодиагностических средств, изучающих его аспекты, пока не предложено. По этой причине нами был разработан авторский тест «Виртуальная идентичность пользователей социальных сетей», направленный на освещение содержательных аспектов составляющих виртуальной идентичности. Использование методики позволяет выявлять значимые для пользователей структурно-содержательные компоненты виртуальной идентичности, являющиеся индикаторами степени ее выраженности. Для обработки результатов использовались описательные статистики, факторный анализ, критерий t-Стьюдента. Математическая обработка данных проводилась с применением IBM SPSS Statistics v. 17.0.

Этапы исследования. На первом этапе посредством теоретического анализа и метода моделирования разрабатывалась концептуальная модель структуры виртуальной идентичности. Второй этап был посвящен созданию методики измерения виртуальной идентичности (не имеющей аналога в отечественной психологии), а также осуществлялась проверка психометрических характеристик теста. На заключительном этапе проводилась проверка гипотез о гендерной и возрастной специфике компонентов виртуальной идентичности и об интегральной сущности исследуемого феномена.

¹ Бабаева Ю.Д., Войскунский А.Е., Смылова О.В. Интернет: воздействие на личность // Гуманитарные исследования в Интернете: сб. науч. ст. М., 2000. С. 11–13. https://cyberpsy.ru/docs/gumanitarnye_issledovaniya_v_Internete_voyskunskiy.pdf.

Результаты и обсуждение

Анализ отечественных и зарубежных исследований по проблеме виртуальной идентичности послужил основой для разработки концептуальной модели виртуальной идентичности пользователей социальных сетей (рис. 1).

Характеризуя виртуальную идентичность, мы выделяем три компонента:

1. *Кибераддикция* рассматривается как навязчивое стремление человека использовать Интернет и проводить значительное количество времени в Сети. Основной предпосылкой развития кибераддикции является неполное разрешение возрастных кризисов, что проявляется в развитии кризиса идентичности. Интернет-среда привлекательна для разрешения данного кризиса за счет возможности конструирования в ней желаемой реальности [16]. Нерешенные задачи возраста как критериальные основания формирования альтернативы реальной идентичности свидетельствуют о недостаточной жизнеспособности человека и актуализируют различного рода зависимости, в том числе, вероятно, и кибераддикцию [17]. Виртуальные «друзья», «лайки», «посты» становятся ценнее общения в реальной среде, что отражает высокую референтность социальных сетей. Более того, кибераддикция характеризуется ростом тенденций бесцельного, праздного времяпрепровождения в Сети.

2. *Принятие субкультуры* выступает как степень одобрения личностью особых норм, правил, ценностей, характерных для вирту-

ального пространства социальных сетей. «Виртуальная личность создает новую виртуальную культуру, которая становится частью культуры в целом» [18]. «Новые формы массового коллективного поведения пользователей в социальных сетях выступают своеобразным электронным фронтиром, в котором пользователи противопоставляют себя традиционной реальности, не устраивающей пользователей по соображениям справедливости, морали, порядка и ценностей» [19]. Наиболее ярким проявлением субкультуры пользователей социальных сетей является нормирование анонимности пользователей как отсутствие требования указания истинных данных о личности в социальных сетях, что лежит в основе снижения морально-нравственных барьеров в общении, проявлений агрессивности, в том числе кибербуллинга. Нельзя также не отметить нормирование нецензурной лексики, образов «красивой жизни», толерантности к пунктуационным и грамматическим ошибкам.

3. *Виртуальный образ*. Целостность и тождественность личности в пространстве социальных сетей обеспечиваются виртуальным образом, который отражает желаемый образ субъекта, его создающего [20]. Данный образ не имеет реального содержания, а состоит исключительно из знаков-символов, включающих физические и психологические свойства личности, и действия, разворачиваемые в рамках Интернет-коммуникации [21]. Поскольку пользователь физически не присутствует в виртуальном про-



Рис. 1. Концептуальная модель виртуальной идентичности пользователей социальных сетей
 Fig. 1. A conceptual model of virtual identity of social network users

странстве социальных сетей, его действия могут быть реализованы исключительно посредством виртуальной коммуникации [21].

Физические свойства как структурный компонент виртуального образа интерпретируются как совокупность гипертекстовых компонентов интерфейса социальной сети, отражающих характеристики внешнего вида пользователя. Данный образ обеспечивает целостность и тождественность личности, возможность максимального самовыражения, вплоть до неузнаваемого самоизменения дескриптивных характеристик (пола, возраста, этничности) за счет анонимности [22]. Пользователь в виртуальном пространстве может «примерять» на себя образы, которые, в силу многих объективных и субъективных причин, в реальном мире для него недостижимы.

Психологические свойства интерпретируются как совокупность гипертекстовых компонентов интерфейса социальной сети, отражающих индивидуальные особенности психической деятельности конкретного пользователя, специфику его психического состояния, что обеспечивает целостность и тождественность личности, ее позитивное самопринятие, подобие самой себе и отличие от других. При этом пользователь может сохранять свою анонимность, скрывать связь с реальным прототипом, приобретая абсолютно новые качества, и симулировать активность с помощью компьютерных технологий [21]. Психологические свойства как структурный компонент виртуальной идентичности отражают желание пользователя «прочувствовать» себя в новых социальных ролях, переживать другой опыт [23], реализовывать качества личности, проигрывать роли, переживать эмоции, по тем или иным причинам фрустрированные в реальной жизни [24], а также конструировать новый образ, воплощая в нем нереализованные психологические запросы [25].

Виртуальная коммуникация рассматривается нами как взаимодействие с удаленным партнером или группой, опосредствованное компьютером и телекоммуникационными системами при помощи виртуального образа человека. Виртуальный образ выступает в качестве основной формы, опосредующей коммуникации в социальных сетях, посредством его использования пользователь вступает во взаимодействие с другими партнерами социальных сетей [18, 22, 24, 26, 27]. Погружаясь в виртуальное пространство, которое характе-

ризуется свободой в установлении любых коммуникативных связей, пользователь общается к новой реальности, обеспечивающей ощущение принадлежности к виртуальному сообществу [23].

В соответствии с концептуальной моделью был разработан тест «Виртуальная идентичность пользователей социальных сетей», направленный на диагностику содержательных аспектов составляющих виртуальной идентичности пользователей социальных сетей в аспекте субкультуры пользователей данных виртуальных площадок. В ходе разработки теста сформулированы тестовые пункты (в исходном варианте 103 пункта), для отбора которых использовались шкалы стандартизированных психодиагностических методик, содержательно соответствующих гипотетическим шкалам теста (шкала измерения тактик самопрезентации С. Ли, Б. Куигли, опросник «Стиль поведения в конфликте» К. Томаса, тест морально-нравственных особенностей личности и уровня ее психоэтического развития А.В. Сухих и Н.И. Корытченковой, тест коммуникативных умений Л. Михельсона, опросник «Стиль саморегуляции поведения» В.И. Моросановой, методика диагностики аддиктивной идентичности Н.В. Дмитриевой, С.Б. Перевозкина, Ю.М. Перевозкиной, Н.А. Самойлик). При формировании пунктов теста применялись как некоторые утверждения из методик, диагностирующих особенности представленных компонентов, так и новые пункты, позволяющие максимально конкретно учитывать специфику феномена виртуальной идентичности пользователей социальных сетей.

Далее был произведен факторный анализ, при помощи которого отбирались ключевые вопросы, имеющие наибольшую факторную нагрузку. Анализ графика собственных значений для пунктов позволил выделить три фактора. После прямоугольного Varimax-вращения были отобраны пункты, имеющие наибольшие нагрузки на факторы (не менее 0,4). Таким образом, были исключены все пункты с низкими психометрическими характеристиками, в связи с чем количество вопросов сократилось до 43 утверждений. Полученные в ходе факторного анализа пункты образовали первичную версию теста «Виртуальная идентичность пользователей социальных сетей», структура которого включала в себя три шкалы, что подтвердило правомерность кон-

цептуальной модели. Данное факторное решение обеспечило 75,6 % общей дисперсии.

Первый фактор образован высказываниями о высокой субъективной значимости социальных сетей, зачастую даже более выраженной для пользователей, нежели реальный мир. В нем представлены утверждения о том, что виртуальные «друзья», «лайки», «посты» ценнее общения в реальной среде, а также высказывания, которые демонстрируют бесцельное времяпрепровождение в Сети, что схоже с механизмами компульсивного поведения. Этот фактор также послужил содержательным подтверждением концептуальной модели и получил соответствующее название «кибераддикция».

Следующий фактор включил группу переменных, обозначенных нами как «анонимность» и «конформность». В первом случае были выявлены высказывания о необходимости анонимности с целью предоставления о себе ложных сведений. Во втором – утверждения, демонстрирующие высокую степень изменений в поведении или мнении пользователя под влиянием принятых в виртуальных сообществах норм, в том числе касающихся нормирования нецензурной лексики, образов «красивой жизни», толерантности к пунктуационным и грамматическим ошибкам. Набор пунктов (переменных) этого фактора также оказался соответствующим гипотетической шкале и был назван «принятие субкультуры».

Третий фактор описывает установки на презентацию в социальных сетях физического облика и включает характеристики, связанные с возможностью более эффективного представления физических характеристик, ретуши фотографий, создания идеализированного физического образа. Этот фактор нагружен высказываниями, связанными с идеализацией профессиональных и личностных качеств, с демонстрацией достижений и успехов в социальных сетях. В него вошли также утверждения, которые описывают преимущества и возможности онлайн-общения, предпочтение мира социальных сетей реальному миру с целью выстраивания коммуникации. Данный фактор содержательно был интерпретирован как «виртуальный образ».

Далее данная версия опросника одновременно с исходной версией была предъявлена выборке испытуемых в количестве 285 человек. Данные выше критических значений (табл. 1).

В ходе повторной процедуры факторного анализа было установлено, что все вопросы

вносят наибольшие вклады в соответствующие факторы и наименьшие в остальные, т. е. можно говорить о достаточной надежности полученного факторного решения, включающего три компонента виртуальной идентичности (табл. 2).

Таблица 1

Table 1

Коэффициенты корреляции между шкалами версий теста «Виртуальная идентичность пользователей социальных сетей»

Correlations between the versions of the "Virtual identity of social network users" scalest

Кибераддикция / Cyber addiction	0,721**
Принятие субкультуры / Adoption of subculture	0,837**
Виртуальный образ / Virtual image	0,734**

Примечание: ** – корреляция значима на уровне 0,01.

Note: ** – the correlation is significant at 0.01.

В дальнейшем тест прошел психометрическую проверку, определение внутренней согласованности и конструктивной валидности, ретестовой надежности и стандартизации.

На следующем этапе проверялась гипотеза об интегральной сущности феномена виртуальной идентичности. В исследовании приняли участие 285 человек от 18 до 72 лет (197 женщин, 88 мужчин). Гипотеза получила эмпирическое подтверждение. Оказалось, что структурные компоненты виртуальной идентичности коррелируют между собой. Корреляционная структура виртуальной идентичности представлена на рис. 2.

Следовательно, можно полагать, что виртуальная идентичность пользователей социальных сетей представляет собой интегральный феномен, который, возможно, имеет синергетическую природу. Проверка этого предположения планируется в дальнейшем.

В ходе сравнения средне-балльных значений по пунктам шкалы «Кибераддикция» мы пришли к выводу о том, что наиболее значимой для пользователей в возрасте до 35 лет оказалась необходимость быстрого доступа к социальным сетям, публикация в них фотографий, отражающих важные жизненные события, а также возможность показать свои достижения и успехи. В этой возрастной группе также обнаружены высокие средние значения в высказываниях о частом пролистывании ленты новостей «просто так». Пользователи в возрасте от 36 до 55 лет отметили возможность избавиться от скуки благодаря социальным сетям, а также предпочтение

Факторизация пунктов теста «Виртуальная идентичность пользователей социальных сетей»
Factorization of the "Virtual identity of social network users" test

Утверждения теста Statement	Факторы и их нагрузки Factors and their loads		
	1	2	3
Я часто прибегаю к ретуши собственных фотографий, прежде чем выкладываю их в сеть Интернет / I frequently edit my photos before posting them online	,045	-,220	,887
Я предпочитаю пребывание в сети интимному общению с партнером / I prefer spending my time online to communicating with my partner	,844	-,248	-,095
Я считаю, что оскорбления и нецензурная брань в Интернете – это нормально / I accept insults and rude words on the Internet as the norm	,038	,663	-,163
Мне приятнее смотреть изображения или видео в Интернете, чем читать текст / I prefer watching photos and videos on the Internet to reading texts	,793	-,071	,019
Я считаю, что в социальных сетях не стоит выкладывать фотографии, на которых заметны недостатки внешности / I think that imperfect photos should not be posted on the Internet	-,122	-,204	,926
Интернет позволяет мне выразить себя / I use the Internet as a means of self-expression	,156	,499	-,221
Я общаюсь в Интернете с людьми из других городов или стран / I communicate online with people from other cities and countries	,074	,920	-,185
Бывает, что я захожу в социальные сети без намерения с кем-либо пообщаться / Sometimes I check social networks without intention to communicate with somebody	,861	,089	,023
Я испытываю чувство вины, когда понимаю, что мой образ в реальном мире отличается от моего образа в социальных сетях / I feel guilty when I understand that my real image is different from the virtual one	,163	-,435	,795
Я преувеличиваю значимость моих достижений в Интернете / I overestimate my achievements on the Internet	-,017	-,333	,867
Я терплю поражение в попытках сократить время, проводимое «онлайн» / I can't reduce my time spent on the Internet	,884	,051	,245
Мне нравится, что в Интернете можно полностью проявить себя / I like that I can fully express myself on the Internet	,186	,867	-,139
Иногда я указываю неверные данные о своей личности в Интернете / Sometimes I use false identification data on the Internet	,176	,884	-,029
Я публикую фотографии важных событий своей жизни в социальных сетях / I post the photos of important events on social media	,806	,460	,039
Я не всегда указываю истинные данные о своей личности, такие как имя, фотография, местоположение, при регистрации в социальных сетях / Sometime I use false personal data such as name, photo, location when creating account on social media	,299	,527	-,214
Я считаю, что посты в социальных сетях позволяют мне донести мои мысли до большого количества людей / I think that posts on social media allow to express my thoughts to a great number of people	,926	,092	-,043
Я состою в Интернете в группах, посвященных идеальной внешности / I belong to the groups dedicated to perfect appearance	,049	,032	,919
Я часто посещаю профили незнакомых людей в социальных сетях / I frequently check profiles of unknown people on social networks	,150	,503	-,177
Я считаю, что в Интернете необязательно соблюдать правила русского языка / I find it unnecessary to follow grammar rules on the Internet	,024	,538	-,150
К несчастью, достоинства человека в реальной среде остаются непризнанными, как бы он ни старался / Unfortunately, personal achievements in the real life usually remain unrecognized on the Internet regardless of the efforts made	,815	-,074	,138
Я производю впечатление успешного и привлекательного человека в социальных сетях / I seem to be a successful and attractive person on the Internet	-,042	-,032	,940
Игры или Интернет помогают мне изменить настроение / Video games and the Internet help me to improve my mood	,841	,043	,093
Я чувствую пустоту, депрессию, раздражение, находясь не за компьютером / I feel void inside, depressed and irritated when not at the computer	,860	,272	,202
В Интернете гораздо удобнее совершать покупки / Buying on the Internet is much more comfortable	,167	,883	,017
Я считаю, что в сети Интернет мой образ должен быть идеальным / I think that my virtual image should be perfect	,147	-,185	,901

Окончание табл. 2
Table 2 (end)

Утверждения теста Statement	Факторы и их нагрузки Factors and their loads		
	1	2	3
Я проверяю электронную почту и открываю страницы в социальных сетях первым делом после пробуждения / I check my email and social accounts after waking up	,888	,257	,082
Я считаю, что вполне допустимо выдавать себя за другого человека в Интернете / I think that it is acceptable to pretend to be a different person on the Internet	-,006	,929	-,032
Интернет позволяет мне избавиться от скуки / The Internet helps me not to feel bored	,782	,076	,006
Пользователи интернета считают, что я более профессионален, чем есть на самом деле / Internet users find me more experienced than I am	,130	-,044	,939
Я считаю, что на фотографиях и видео в Интернете я выгляжу моложе и привлекательнее / I think that I look more attractive and younger on the Internet	,061	-,029	,891
Случалось, что я вступал в конфликты в социальных сетях, не идентифицируя свою реальную личность / I had arguments on the Internet without revealing my real identity	,173	,874	-,038
У меня есть альтернативные страницы в социальных сетях, где я выдаю себя за других людей / I have alternative accounts on social media, where I pretend to be a different person	,378	,829	-,227
Я считаю, что выгляжу на фотографиях более эффектно в сравнении с реальностью / I find myself more attractive in a photo than in person	,252	,132	,892
Если я плохого мнения о человеке и мне не нравится его поведение в Интернете, то почти не стараюсь скрыть это от него / If I dislike a person and I don't like his/her behavior on the Internet, I hardly try to hide it from him/her	,051	,876	-,257
Я замечаю, что время, проводимое мной в Интернете, увеличивается / I see that the time spent on the Internet is increasing	,823	,144	,020
Пользователи Интернета думают, что я умнее, чем есть на самом деле / Internet users find me smarter than I am	,304	-,064	,866
Я не хожу в библиотеку, так как мне проще найти любую информацию в Интернете / I don't go to the library because I can easily find any information on the Internet	,236	,817	-,181
Я часто листаю ленту новостей «просто так» / I can scroll through the news with no reason	,898	,229	,091
Порой я чувствую непреодолимое желание обновить страницу в социальной сети / Sometimes I feel an irresistible desire to refresh my page on the Internet	,867	,308	,087
Бывает, что настаиваю на своем при обсуждении в Интернете, даже когда не уверен в своей правоте / Sometimes I can insist on my opinion on the Internet without being sure that I am right	,064	,950	-,076
При использовании Интернета мое настроение улучшается / I feel myself better when spending my time online	,814	,193	,095
Свои достижения и успехи я обязательно освещаю в социальных сетях / I always share my achievements and successes on social media	,730	,172	,145
Бывает, я бесцельно просматриваю чужие страницы в социальных сетях / Sometimes I can check other people's profiles with no reason	,790	,154	-,030

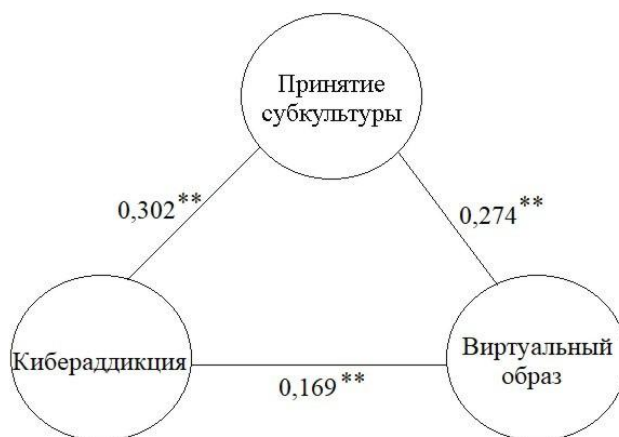


Рис. 2. Взаимосвязи структурных компонентов виртуальной идентичности
Условные обозначения: ** – корреляция значима на уровне 0,01.

чтению текста просмотр изображений или видео в Интернете. Социальные сети меняют настроение пользователя, маскируют неудовлетворенность реальной жизнью, при этом предоставляются уникальные возможности для развлечений, в результате чего формируется кибераддикция. Пользователи старше 56 лет демонстрируют меньшую увлеченность Интернетом, отмечая, что не столь часто публикуют фотографии важных событий своей жизни в социальных сетях, а также предпочитают общение в реальной среде виртуальному общению. Наименее предпочтительным среди пользователей до 35 лет оказались утверждения о том, что время, проводимое в Интернете, увеличивается, а также о том, что пользователи терпят поражение в попытках сократить время, проводимое «онлайн». Данное обстоятельство, вероятно, связано с отсутствием рефлексии у людей данного возраста относительно увеличения времени пребывания в Сети. Среди пользователей более старшего возраста (старше 56 лет) наименее предпочтительным оказалось утверждение, касающееся того, что достоинства человека в реальной среде часто остаются непризнанными, как бы он ни старался. Иными словами, пользователи данной возрастной группы все же различают реальную и виртуальную среду, отдают себе отчет в том, что полностью реализовать себя в социальных сетях невозможно.

В процессе сравнения средне-балльных значений по пунктам шкалы «Принятие субкультуры» мы отметили, что наиболее предпочтительной для пользователей до 35 лет оказалась возможность указывать неверные данные о своей личности в Интернете. При регистрации в социальных сетях можно указать ложные сведения, сохранив анонимность, что лежит в основе актуализации чувства вседозволенности в общении, в том числе демонстрации агрессии и нецензурной лексики в коммуникации. Пользователи данной возрастной группы считают, что оскорбления и нецензурная брань в Интернете – это нормально. Пользователи всех возрастных категорий демонстрируют высокие средние значения в высказываниях о простоте поиска любой информации в Интернете, о ее доступности, открытости. Однако не вся информация в социальных сетях является актуальной, достоверной и надежной. Более того, пользователи всех возрастных категорий подчеркнули значимость для них возможности общаться в Интернете с людьми из других городов или стран. Для пользователей особое значение имеет возмож-

ность выстраивать коммуникацию с родными, друзьями, коллегами, реальное общение с которыми затруднительно. Наименее предпочтительными среди пользователей всех возрастов оказались утверждения о том, что вполне допустимо выдавать себя за другого человека в Интернете и утверждения о наличии «вторых» страниц в социальных сетях, где пользователи маскируют свою идентичность. У подавляющего большинства респондентов отсутствуют альтернативные страницы в социальных сетях, более того, они порицают их наличие.

В ходе сравнения средне-балльных значений по пунктам шкалы «Виртуальный образ» мы заметили, что наиболее предпочтительным для пользователей до 35 лет оказалось мнение о большей привлекательности виртуального образа как в плане физических свойств (эффектный, привлекательный, молодой), так и личностных свойств (успешный, обладающий достижениями, профессиональный). Виртуальный образ, с точки зрения молодых людей, может быть легко трансформирован и идеализирован. Для пользователей более старшего возраста привлекательность виртуального образа не столь значима, в частности, пользователи старше 56 лет отметили, что редко прибегают к ретуши собственных фотографий, прежде чем выкладывают их в Сеть, а также не считают, что выглядят на фотографиях более эффектно. Наименее предпочтительными для всех возрастных групп оказались утверждения, связанные с чувством вины, возникающим при сравнении образа в реальном мире и в социальных сетях. Речь идет о возникновении негативных эмоций при осознании различий между реальным и виртуальным образом. Также отметим, что выкладывание фотографий, на которых видны недостатки внешности, порицается пользователями.

Заключение

Таким образом, нами выявлены и описаны структурные компоненты виртуальной идентичности пользователей социальных сетей: «кибераддикция», «принятие субкультуры», «виртуальный образ». Обозначено, что виртуальная идентичность – это интегральный феномен, рассматриваемый нами как подсистема эго-идентичности, состоящая из текстовых, визуальных, аудиальных характеристик виртуального образа, отражающего физические и личностные свойства и особенности коммуникации, определяющие целостность и тождест-

венность личности в рамках субкультуры пользователей социальных сетей. Эти данные служат подтверждением выводов, сделанных нами в более ранних публикациях [5, 15].

Конфликт интересов

Авторы декларируют отсутствие явных и потенциальных конфликтов интересов, связанных с публикацией настоящей статьи.

Литература

1. Wilson R.E., Gosling S.D., Graham L.T. Review of Facebook Research in the Social Sciences // *Perspectives on Psychological Science*. 2012. № 3. P. 203–220. DOI: 10.1177/1745691612442904.
2. Zsido A.N., Arato N., Lang A. The role of maladaptive cognitive emotion regulation strategies and social anxiety in problematic smartphone and social media use // *Personality and Individual Differences*. 2021. № 173. 110647. DOI: 10.1016/j.paid.2021.110647.
3. Bert F., Gualano M.R. Risks and Threats of Social Media Websites: Twitter and the Proana Movement // *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*. 2016. Vol. 19, № 4. P. 233–238. DOI: 10.1089/cyber.2015.0553.
4. Hooper V., Kalidas T. Acceptable and unacceptable behaviour on social networking sites: a study of the behavioural norms of youth on Facebook // *The Electronic Journal Information Systems Evaluation*. 2012. Vol. 15, Is. 3. P. 259–268. <https://api.semanticscholar.org/CorpusID:216636668>
5. Погорелов Д.Н. Структура виртуальной идентичности пользователей социальных сетей // *Казанский педагогический журнал*. 2020. № 4 (141). С. 262–267. <https://elibrary.ru/item.asp?id=44110727>.
6. McNicol M.L., Thorsteinsson E.B. Internet addiction, psychological distress, and coping responses among adolescents and adults // *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*. 2017. Vol. 20, № 5. P. 296–304. DOI: 10.1089/cyber.2016.0669.
7. Многосмылова А.А. Взаимосвязь жизнеспособности и интернет-зависимости человека // *Ярославский педагогический вестник*. 2020. № 3 (114). С. 117–124. URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=43142010>
8. Астафьева О.Н. Национально-культурная идентичность в условиях глобализации: сложный вектор развития // *Вестник МГУКИ*. 2016. № 5. С. 32–41. <https://elibrary.ru/item.asp?id=28153091>.
9. Бизюкова М.С. Киберсоциализация – процесс развития личности в условиях информационного общества // *Культурологический журнал*. 2013. № 2. С. 1–5. <https://elibrary.ru/item.asp?id=20523156>.
10. Фленина Т.А. Семантическое пространство понятия «сетевая идентичность» // *Известия Российского государственного педагогического университета имени А.И. Герцена*. 2014. № 171. С. 310–314. <https://elibrary.ru/item.asp?id=22548196>.
11. Deller R.A., Tilton A. Selfies as charitable meme: Charity and national identity in the #nomakeupselfie and #thumbsupforstephen campaigns // *International Journal of Communication*. 2015. № 9. P. 1788–1805. <https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/3143/1400>
12. Griffiths M.D. Conceptual Issues Concerning Internet Addiction and Internet Gaming Disorder: Further Critique on Ryding and Kaye (2017) // *International Journal of Mental Health and Addiction*. 2018. Vol. 16 (1). P. 233–239. DOI: 10.1007/s11469-017-9818-z.
13. Liu C.Y., Yu. C.P. Can Facebook use induce well-being? // *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*. 2013. № 16 (9). P. 674–678. DOI: 10.1089/cyber.2012.0301.
14. Van Laer J. Activists online and offline: The Internet as an information channel for protest demonstrations // *Mobilization*. 2010. Vol. 15 (3). P. 347–366. DOI: 10.17813/maiq.15.3.8028585100245801.
15. Рыльская Е.А., Погорелов Д.Н. Идентичность личности в виртуальном пространстве социальных сетей и реальная идентичность: сравнительные характеристики // *Ярославский педагогический вестник*. 2021. № 1. С. 105–115. DOI: 10.20323/1813-145X-2021-1-118-105-114.
16. Кочетков Н.В. Интернет-зависимость и зависимость от компьютерных игр в трудах отечественных психологов // *Социальная психология и общество*. 2020. Т. 11, № 1. С. 27–54. <https://elibrary.ru/item.asp?id=42659884>.
17. Рыльская Е.А. Комплексное исследование жизнеспособности человека и семьи: теория, эмпирика, перспективы // *Социальная психология и общество*. 2017. Т. 8, № 1. С. 163–167. <https://elibrary.ru/item.asp?id=28926376>.
18. Сенченко Н.А. Виртуальная личность в социокультурном интернет-пространстве // *Культура и цивилизация*. 2016. № 1. С. 128–140. <https://elibrary.ru/item.asp?id=25834305>.

19. Курбатов В.И., Волков Ю.Г., Воденко К.В. Молодежная субкультура в сетевых сообществах: приоритеты молодежи в социальных сетях и трансформация социально-информационного поведения // *Гуманитарные, социально-экономические и общественные науки*. 2019. № 10. С. 87–97. <https://elibrary.ru/item.asp?id=41293564>.
20. Лучинкина А.И. Особенности социализации интернет-пользователей // *Ученые записки Крымского инженерно-педагогического университета. Серия: Педагогика. Психология*. 2016. № 2 (4). С. 137–140. <https://elibrary.ru/item.asp?id=26255533>.
21. Зекерьяев Р.И. Психологические особенности виртуальной личности пользователя и ее типы // *Современная наука: актуальные проблемы теории и практики*. 2019. № 1. С. 31–37. <https://elibrary.ru/item.asp?id=37037816>.
22. Лисовская А.О. Образ «Молодости» в восприятии пользователей социальной сети Instagram // *Вестник РГТУ. Серия: Литературоведение. Языкознание. Культурология*. 2017. № 6 (27). С. 125–134. <https://elibrary.ru/item.asp?id=30304225>.
23. Жаде З.А., Лягушева С.А. Новые тенденции в исследовании сетевой идентичности // *Общество: социология, психология, педагогика*. 2016. № 1. С. 10–14. <https://elibrary.ru/item.asp?id=25295469>.
24. Gertsog G.A., Danilova V.V., Korneev D.N. Professional identity for successful adaptation of students – a participative approach // *Rupkatha Journal on Interdisciplinary Studies in Humanities*. 2017. Vol. IX (1). P. 301–311. DOI: 10.21659/rupkatha.v9n1.30.
25. Первушина В.Н., Савушкин Л.М., Хуторной С.Н. Особенности коммуникации в киберпространстве // *Вестник Воронежского государственного университета. Серия: Философия*. 2017. № 1 (23). С. 59–71. <https://elibrary.ru/item.asp?id=29112121>
26. Богомолова Е.И. Личностная идентичность в условиях виртуализации бытия // *Южно-российский журнал социальных наук*. – 2014. – № 2. – С. 104–120. URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=21712017>
27. Doering N. *Sozialpsychologie des Internet*. Hogrefe Verlag. 2003. 516 p. DOI: 10.1024//0044-3514.31.3.166.

Погорелов Дмитрий Николаевич, аспирант, Южно-Уральский государственный университет (Россия, 454080, Челябинск, проспект Ленина, 76); старший преподаватель кафедры педагогики и психологии, Челябинский институт переподготовки и повышения квалификации работников образования (Россия, 454091, Челябинск, ул. Красноармейская, д. 88), pogorelovdn@mail.ru, ORCID 0000-0002-4893-4334

Рыльская Елена Александровна, доктор психологических наук, доцент, декан факультета психологии, заведующий кафедрой психологии управления и служебной деятельности, Южно-Уральский государственный университет (Россия, 454080, Челябинск, проспект Ленина, 76), elena_rylskaya@mail.ru, ORCID 0000-0003-3075-5255

Поступила в редакцию 12 мая 2021 г.; принята 27 июля 2021 г.

DOI: 10.14529/jpps210306

VIRTUAL IDENTITY AS AN INTEGRAL PHENOMENON

D.N. Pogorelov^{1,2}, pogorelovdn@mail.ru, ORCID 0000-0002-4893-4334

E.A. Rylskaya¹, elena_rylskaya@mail.ru, ORCID 0000-0003-3075-5255

¹ South Ural State University (76 Lenin Avenue, Chelyabinsk, 454080, Russian Federation)

² Chelyabinsk Institute of Retraining and Advanced Training of Educational Workers (88 Krasnoarmeyskaya str., Chelyabinsk, 454091, Russian Federation)

Abstract. The growing importance of the Internet stimulates people to spend more time on social networks, which makes relevant the study of virtual identity in virtual space. The majority of authors are focused on the description of the features of virtual identity. Therefore, its structure

requires further investigation. **Aim.** The paper aims to identify the structure of virtual identity on social networks. **Materials and methods.** 285 persons aged from 18 to 72 years participated in the study, including 197 females (69.1%) and 88 males (30.9%). The Virtual Identity of Social Network Users test by D. Pogorelov and E. Rylskaya was used to identify the structure of virtual identity. Statistical processing was performed by means of descriptive statistics, factor analysis and Student's t-test in the IBM SPSS Statistics v. 17.0 program. **Results.** It was found that the structure of virtual identity included such components as a virtual image, cyberaddiction, and subculture. These components are moderately correlated with each other, which demonstrates both the integral nature of the phenomenon and the unique character of its components. The intensity of structural components remains the same regardless of gender. However, there are some age-related differences. For example, users under 35 years old are characterized by significantly higher values of cyberaddiction and virtual image, which is associated with a more active Internet and social network usage, as well as specific socialization in the digital sphere. **Conclusion.** The structure of virtual identity consists of a virtual image, cyberaddiction, and subculture. Virtual identity is an integral phenomenon, which can be considered as an ego-identity that includes textual, visual and audio characteristics reflecting both physical and personal features. Virtual identity determines the integrity and equality of a person within social networks. The data obtained can be used in emerging research areas such as the psychology of information technologies, psychology of the Internet, cyberpsychology, and the psychology of cyberaddiction.

Keywords: virtual identity, social networks, social network users, structure of virtual identity, virtual image, addiction to social networks.

Conflict of interest. The authors declares no conflict of interest.

References

1. Wilson R.E., Gosling L.T., Graham L.T. Review of Facebook Research in the Social Sciences. *Perspectives on Psychological Science*. 2012; 3: 203–220. DOI: 10.1177/1745691612442904.
2. Zsido A.N., Arato N., Lang A. The role of maladaptive cognitive emotion regulation strategies and social anxiety in problematic smartphone and social media use. *Personality and Individual Differences*. 2021; 173: 110647. DOI: 10.1016/j.paid.2021.110647.
3. Bert F., Gualano M.R. Risks and Threats of Social Media Websites: Twitter and the Proana Movement. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*. 2016; 19 (4): 233–238. DOI: 10.1089/cyber.2015.0553.
4. Hooper V., Kalidas T. Acceptable and unacceptable behaviour on social networking sites: a study of the behavioural norms of youth on Facebook. *The Electronic Journal Information Systems Evaluation*. 2012; 15, Is. 3. P. 259–268. <https://api.semanticscholar.org/CorpusID:216636668>
5. Pogorelov D.N. The structure of the virtual identity of users of social networks. *Kazanskii pedagogicheskii zhurnal = Kazan Pedagogical Journal*. 2020; 4 (141): 262–267. (in Russ). <https://elibrary.ru/item.asp?id=44110727>
6. McNicol M.L., Thorsteinsson E.B. Internet addiction, psychological distress, and coping responses among adolescents and adults. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*. 2017; 20 (5): 296–304. DOI: 10.1089/cyber.2016.0669.
7. Mnogosmyslova A.A. Interrelation of vitality and Internet addiction of a person. *Yaroslavskii pedagogicheskii vestnik = Yaroslavl Pedagogical Bulletin*. 2020; 3 (114): 117–124. (in Russ). <https://elibrary.ru/item.asp?id=43142010>
8. Astafyeva O.N. National and cultural identity in the conditions of globalization: a complex vector of development. *Vestnik MGUKI = Bulletin of MGUKI*. 2016; 5: 32–41. (in Russ). <https://elibrary.ru/item.asp?id=28153091>.
9. Bizyukova M.S. Cyber socialization – the process of personality development in the information society. *Kul'turologicheskii zhurnal = Cultural journal*. 2013; 2: 1–5. (in Russ). <https://elibrary.ru/item.asp?id=20523156>
10. Flenina T.A. Semantic space of the concept of “network identity”. *Izvestiya Rossiiskogo gosudarstvennogo pedagogicheskogo universiteta imeni A.I. Gertsena. = Bulletin of the Herzen Russian State Pedagogical University*. 2014; 171: 310–314. (in Russ). <https://elibrary.ru/item.asp?id=22548196>
11. Deller R.A., Tilton A. Selfies as charitable meme: Charity and national identity in the #nomakeupselfie and #thumbsupforstephen campaigns. *International Journal of Communication*. 2015; 9: 1788–1805. <https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/3143/1400>

12. Griffiths M.D. Conceptual Issues Concerning Internet Addiction and Internet Gaming Disorder: Further Critique on Ryding and Kaye (2017). *International Journal of Mental Health and Addiction*. 2018; 16 (1): 233–239. DOI: 10.1007/s11469-017-9818-z.
13. Liu C.Y., Yu C.P. Can Facebook use induce well-being? *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*. 2013; 16 (9): 674–678. DOI: 10.1089/cyber.2012.0301.
14. Van Laer J. Activists online and offline: The Internet as an information channel for protest demonstrations. *Mobilization*. 2010; 15 (3): 347–366. DOI: 10.17813/mai.15.3.8028585100245801.
15. Rylskaya E.A., Pogorelov D.N. Identity of personality in the virtual space of social networks and real identity: comparative characteristics. *Yaroslavskii pedagogicheskii vestnik = Yaroslavl Pedagogical Bulletin*. 2021; 1: 105–115. (in Russ). DOI 10.20323/1813-145X-2021-1-118-105-114
16. Kochetkov N.V. Internet addiction and dependence on computer games in the works of domestic psychologists. *Sotsial'naya psikhologiya i obshchestvo = Social psychology and society*. 2020; 1: 27–54. (in Russ). <https://elibrary.ru/item.asp?id=42659884>
17. Rylskaya E.A. A comprehensive study of the viability of a person and a family: theory, empiricism, prospects. *Sotsial'naya psikhologiya i obshchestvo = Social psychology and society*. 2017; 8 (1): 163–167. (in Russ). <https://elibrary.ru/item.asp?id=28926376>
18. Senchenko N.A. Virtual personality in the socio-cultural Internet space. *Kul'tura i tsivilizatsiya = Culture and Civilization*. 2016; (1): 128–140. URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=25834305> (in Russ).
19. Kurbatov V.I., Volkov Yu.G., Vodenko K.V. Youth subculture in network communities: youth priorities in social networks and transformation of social and informational behavior. *Gumanitarnye, sotsial'no-ekonomicheskie i obshchestvennye nauki = Humanitarian, socio-economic and social sciences*. 2019; 10: 87–97. (in Russ). <https://elibrary.ru/item.asp?id=41293564>
20. Luchinkina A.I. Features of socialization of Internet users. *Uchenye zapiski Krymskogo inzhenerno-pedagogicheskogo universiteta. Seriya: Pedagogika. Psikhologiya = Scientific notes of the Crimean Engineering and Pedagogical University. Series: Pedagogy. Psychology*. 2016; 2 (4): 137–140. (in Russ). <https://elibrary.ru/item.asp?id=26255533>
21. Zekeryaev R.I. Psychological features of the user's virtual personality and its types. *Sovremennaya nauka: aktual'nye problemy teorii i praktiki = Modern Science: Actual Problems of Theory and Practice*. 2019; 1: 31–37. (in Russ). <https://elibrary.ru/item.asp?id=37037816>
22. Lisovskaya A.O. The image of “Youth” in the perception of users of the social network Instagram. *Vestnik RGGU. Seriya: Literaturovedenie. Yazykoznanie. Kul'turologiya = Bulletin of the Russian State University for the Humanities. Series: Literary criticism. Linguistics. Culturology*. 2017; 6 (27): 125–134. (in Russ). <https://elibrary.ru/item.asp?id=30304225>
23. Zhade Z.A., Lyausheva S.A. New trends in the study of network identity. *Obshchestvo: sotsiologiya, psikhologiya, pedagogika = Society: sociology, psychology, pedagogy*. 2016; 1: 10–14. (in Russ). <https://elibrary.ru/item.asp?id=25295469>
24. Gertsog G.A., Danilova V.V., Korneev D.N. Professional identity for successful adaptation of students – a participative approach. *Rupkatha Journal on Interdisciplinary Studies in Humanities*. 2017; IX (1): 301–311. DOI: 10.21659/rupkatha.v9n1.30.
25. Pervushina V.N., Savushkin L.M., Khutornaya S.N. Features of communication in cyberspace. *Vestnik Voronezhskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Filosofiya = Bulletin of Voronezh State University. Series: Philosophy*. 2017; 1 (23): 59–71. (in Russ). <https://elibrary.ru/item.asp?id=29112121>
26. Bogomolova E.I. Personal identity in conditions of virtualization of being. *Yuzhno-rossiiskii zhurnal sotsial'nykh nauk = South-Russian Journal of Social Sciences*. 2014; 2: 104–120. (in Russ). <https://elibrary.ru/item.asp?id=21712017>
27. Doering N. *Sozialpsychologie des Internet*. Hogrefe Verlag. 2003: 516. DOI: 10.1024//0044-3514.31.3.166

Received 12 May 2021; accepted 27 July 2021

ОБРАЗЕЦ ЦИТИРОВАНИЯ

Погорелов, Д.Н. Структура виртуальной идентичности как интегрального феномена / Д.Н. Погорелов, Е.А. Рылская // Психология. Психофизиология. – 2021. – Т. 14, № 3. – С. 57–68. DOI: 10.14529/jpps210306

FOR CITATION

Pogorelov D.N., Rylskaya E.A. Virtual Identity as an Integral Phenomenon. *Psychology. Psychophysiology*. 2021, vol. 14, no. 3, pp. 57–68. (in Russ.). DOI: 10.14529/jpps210306