

Е. Н. Чуева
Д.В. Москоленко

УДК 159.923.2
<https://orcid.org/0000-0001-6101-2089>
<https://orcid.org/0000-0001-8954-3842>

Особенности идентификации личности с игровыми персонажами онлайн-игр

Для цитирования: Чуева Е. Н., Москоленко Д. В. Особенности идентификации личности с игровыми персонажами онлайн-игр // Ярославский педагогический вестник. 2020. № 2 (113). С. 112-120.
DOI 10.20323/1813-145X-2020-2-113-112-120

В статье исследуется проблема влияния виртуального пространства онлайн-игр на формирование идентичности личности в современном обществе. Идентификация представлена как сложный процесс поиска индивидом себя в новой социокультурной среде, частью которой является виртуальная реальность. В исследовании анализируются различные взгляды и позиции относительно сущности онлайн-игр как универсального инструмента конструирования и перевоплощения своей личности и формирования новой виртуальной идентичности в интернет-среде. Авторы исследуют предположение о том, что, включаясь в онлайн-игру, участник идентифицирует себя с виртуальным героем, при этом выбор роли виртуального героя обусловлен либо высокой степенью близости (идентичности) личностных качеств героя с личностными характеристиками игрока, либо стремлением игрока идентифицироваться с героем, наделенным желаемыми личностными характеристиками.

Целью исследования является изучение взаимосвязи индивидуально-личностных особенностей молодых людей с их представлениями об объектах идентификации в онлайн-играх. *Методы* исследования – теоретический анализ, синтез и обобщение, анкетирование, тестирование (опросник Т. Лири «Диагностика Межличностных отношений» (ДМО Л. Н. Собчик), индивидуально-типологический опросник (ИТО Л. Н. Собчик), тест-опросник самоотношения (СО В. В. Столин, С. Р. Пантеев). *Результаты* эмпирического исследования позволили выявить, что онлайн-игры осуществляют для игроков важнейшие функции коммуникации и самопрезентации. В процессе игры происходит самоотождествление с онлайн-героем, в результате чего игроки либо выбирают персонажа с тождественными им личностными характеристиками, либо в рамках онлайн-игры наделяют его дефицитными или желаемыми личностными характеристиками. Участники онлайн-игр переживают различные чувства и эмоции по отношению к персонажу и к игре в целом.

Ключевые слова: идентичность, идентификация, индивидуально-личностные особенности, виртуальная реальность, виртуальная идентичность, онлайн-игры.

E. N. Chueva, D. V. Moskolenko

Features of identification of the personality with online gaming characters

The article explores the problem of the impact of the virtual space of online games on the formation of personality identity in modern society. Identification is presented as a complex process for an individual to find himself in a new sociocultural environment, of which virtual reality is a part. The study analyzes different views and positions regarding the essence of online gaming as a universal tool for designing and re-establishing one's personality, and formation a new virtual identity in the internet environment. The authors explore the assumption that when included in an online game, the player identifies himself with a virtual hero, with the choice of virtual hero role due to either a high degree of intimacy (identity) of the character's personal qualities with the player's personal characteristics, or the player's desire to identify with the hero endowed with the desired personal characteristics. The aim of the study is to study the relationship of individual-personal features of young people with their perceptions of identification objects in online games. Research methods include theoretical analysis, synthesis and generalization; questioning; testing: T. Leary «Diagnostics of Interpersonal Relations» questionnaire (so called DIR of L. N. Sobchik), individual-typological questionnaire (ITQ of L. N. Sobchik), self-release test questionnaire (STQ of V. V. Stolin, S. R. Pantileev). The results of the empirical study revealed that online games perform essential communication and self-presentation functions for players. During the game, self-identification with an online hero occurs, resulting in players, choosing a character, either with self-identical personality characteristics, or as part of an online game giving the character deficient or desired personality characteristics. During the online game, participants experience various feelings and emotions towards the character and towards the game as a whole.

Keywords: identity, identification, personal features, virtual reality, virtual identity, online games.

Введение

Стремительное развитие информационных технологий, систем коммуникации и компьютеризации изменило окружающую реальность, мировосприятие, стратегию мышления и повлекло за собой бурный рост числа людей, входящих в виртуальный мир и в пространство компьютерных онлайн-игр. Современные технологии позволяют человеку перемещать поля своей деятельности из реального мира в виртуальный, составлять образы, примерять на себя другие роли, функции и добиваться высоких результатов.

Процессы социализации и индивидуализации «поколения Z» уже немислимы без Интернета и электронных средств коммуникации. Интернет и киберпространство, вытесняя привычные формы взаимодействия в реальности, заменяют их на виртуальные аналоги, предоставляя широкие возможности для самовыражения и раскрытия личностного потенциала, реализации качеств, проигрывания ролей и переживания эмоций [Войскунский, 2013; Закирова, 2012; Doering, 2003; Emelin&Tkhostov, 2013; Garde, 2013; Prensky, 2002]. В связи с этим актуализируется исследование феномена новой, виртуальной, идентичности личности, формирующейся в онлайн-среде.

Обзор литературы

Идентичность и идентификация относятся к явлениям социокультурного ряда, обусловленным формированием осознанной принадлежности к тому или иному сообществу, объединенному определенными коллективными ценностными представлениями.

В научных исследованиях идентичность характеризуется как базовая конструкция осознанной «я-концепции» личности, привязывающая ее к определенной социальной группе, формирующаяся в результате процессов отождествления себя со «своей» группой и дифференциации от «чужих» групп, продолжающееся на протяжении всей индивидуальной жизни [Назарова, 2017].

Современное информационное общество предопределило возникновение нового типа взаимодействия человека с окружающей реальностью. Современный человек взаимодействует не только с естественной и искусственно созданной культурной средой, но все больше погружается в новую, не знакомую ранее виртуальную среду [Солдатова, 2018].

В современных научных публикациях феномен виртуальной идентичности описывается под разными названиями: «киберидентичность», «сетевая идентичность», «метаидентичность», «репост-идентичность», «идентичность в виртуальном пространстве» [Солдатова, 2018].

Исследователи отмечают как возможности, так и опасности интернет-пространства, связывая виртуальную идентичность с личностным самоопределением и самопрезентацией. По мнению А. Е. Жичкиной, современные интернет-технологии и интернет-среда, предоставляя широкие возможности для проявления личностной индивидуальности и вариативности самопрезентации, в то же время таят опасности смещения идентичности, нивелирования индивидуальности личности и формирования нереалистичного образа «Я» [Жичкина, 2000].

На сегодняшний день нет единства взглядов и на причины формирования виртуальных идентичностей. Одни авторы полагают, что создание виртуальных личностей происходит в результате неудовлетворенности реальной идентичностью, является следствием усугубляющегося кризиса идентификации, при котором индивид утрачивает некую целостность, внутренний стержень и оказывается сложным из случайных элементов. Так, И. С. Шевченко полагает, что Интернет предоставляет человеку «возможность реализации качеств личности, проигрывания ролей, переживания эмоций, по тем или иным причинам фрустрированным в реальной жизни» [Шевченко, 2019]. Другие авторы, напротив, отмечают, что в сети люди получают дополнительные возможности для самовыражения и лучшего понимания себя [Жичкина, 2000].

Погружение человека в пространство интернет-среды, по мнению Л. Б. Шнейдер, влечет не только формирование необходимых навыков и компетенций, но и активное преобразование представления субъекта о себе и собственном пути развития [Шнейдер, 2019].

Идентичность в виртуальном пространстве, как считают А. Е. Войскунский и др., складывается в различных ситуациях из множественных сетевых идентичностей, сознательно используемых индивидом – пользователем Интернета [Войскунский, 2013а, с. 98-121]. В сетевых сообществах человек может позволить себе конструировать любую идентичность (как реальную, так и воображаемую), создавать собственное «Я», возраст, внешность, пол и т. д. Самопрезент-

тация и самоидентификация происходят за счет создания собственных тем, постов, участия в дискуссиях, возникает возможность множественности самоопределения, личная идентичность становится постоянно меняющимся конструктом [Назарова, 2017].

Формирование виртуальной идентичности происходит либо за счет переноса элементов идентичности из реального мира в виртуальный и создания на его базе идентичности в Интернете, либо через активную позицию субъекта деятельности в интернет-пространстве. По мнению А. Е. Жичкиной, виртуальная самопрезентация может служить выражением подавленной части своей личности или удовлетворять потребность в признании и в силе. Удовлетворяя потребность в признании и в силе, люди создают такую виртуальную самопрезентацию, которая соответствует их идеалу «Я» и замещает неудовлетворенное реальное «Я» [Жичкина, 2000].

Виртуальная самопрезентация, в отличие от реальной, выражает не только нечто, уже имеющееся в личности, но может отражать и стремление испытать нечто, ранее неиспытанное, пережить новый опыт. «Стремление к подобному экспериментированию с идентичностью, желание попробовать себя во все новых и новых ролях, испытывать новый опыт – особенность открытой идентичности, то есть такого состояния идентичности, для которого характерен поиск альтернатив дальнейшего развития. Таким образом, множественность виртуальных идентичностей может быть связана с открытостью реальной идентичности» [Жичкина, 2000, с. 431-460].

Особое место в современном виртуальном мире занимают компьютерные игры. Появившись еще в 50-х гг. XX в., компьютерные игры прочно вошли в мир современных молодых людей, оказывая все большее влияние на современную культуру. Игровое пространство, расширяя свои границы, завоевывает процесс самоидентификации, подтверждая игровой характер поиска человеком своего «Я». Несомненно, игра, фокусируя и отображая различные феномены бытия в их предельных проявлениях, помогает проявиться человеческой экзистенции и идентифицировать свой «Я-образ» как единый, целостный, индивидуальный и неповторимый. Актуализируется необходимость переосмысления значения самоидентификации человека и ее игрового измерения [Емельянов, 2015; Olson, 2010; Prensky, 2002].

Ф. Г. Емельянов, В. П. Шалаев выделяют следующие отличия виртуальных и сетевых игр: дистанционность; реальная удаленность от субъекта; либеральность, дескриптивность, эклектичность, микширование и сосуществование различных потоков информации, стилей, направлений; виртуальность как существование в искусственно созданной реальности; фрагментарность, мозаичность выражения, доминирование визуального над смысловым, инновационность, технократичность, значимость технических средств (игровые контроллеры RazerHydra, Kinect, PlayStationMove и т. д.); развлекательный, рекреационный, игровой характер (главный стимул – стремление к развлечению, множественности, разнообразию форм досуга); игровое измерение концепции нарратива как пути к самоидентичности [Емельянов, 2015].

С точки зрения формирования пользователя как личности происходит процесс включения индивида в виртуальный мир игры. Это позволяет усваивать виртуальный опыт, достигать цели, изменять содержание и характер человеческой деятельности, что является социальным смыслом данного процесса. Раскрывая понятие «компьютерный игрок», некоторые исследователи отмечают его многомерный характер, фиксирующий социально значимые черты человека, которые, в свою очередь, характеризуют его включенность в общественную реальность и в реальность искусственных технологий.

Виртуальная реальность посредством компьютерной игры может являться инструментом для удовлетворения своих потребностей и изменения себя. В игре можно изменить любые характеристики: характер, ум, силу, расу и т. д. [Olson, 2010; Prensky, 2002].

Игра способна объединять, микшировать стили, роли, маски, концентрировать, «склеивать», соединять архаические формы игры. Игра – универсальный инструмент самоидентификации и идентичности человека в мире. Компьютерные игры могут позволить перевоплощение своей личности в разных областях – от личностных характеристик до внешности и поведения.

В компьютерной игре любой человек может создать себя или свой идеал, сделать выбор: быть сильным или слабым, идти в бой или оказывать помощь другим. Можно сделать игрока неподражаемым или обычным осознанно. Создавая своего персонажа, многие игроки уделяют большое внимание всем характеристикам, таким как цвет глаз, одежда, кожа, раса, пол, характер, а также

сила, интеллект, ловкость и др. Молодежь активно вступает в ряды пользователей онлайн-серверов, проводя много времени за компьютером, формируя свою личность в виртуальном пространстве, за счет чего может оказывать влияние на собственную идентичность [Юрков, 2019].

Анализ литературы по проблеме исследования позволил выдвинуть гипотезу о том, что, включаясь в онлайн-игру, участник идентифицирует себя с виртуальным героем, при этом выбор роли виртуального героя обусловлен либо высокой степенью близости (идентичности) личностных качеств героя с личностными характеристиками игрока, либо стремлением игрока идентифицироваться с героем, наделенным желаемыми личностными характеристиками.

Для проверки выдвинутой гипотезы в исследовании приняли участие 50 респондентов, участвующих в онлайн-играх, в возрасте 20-25 лет, проживающих на территории Камчатского края, из них 26 юношей и 24 девушки.

При помощи анкетирования нам удалось изучить возрастно-половую принадлежность игроков; количество времени, проводимое в онлайн-играх; особенности коммуникации в игре; характеристику игровых персонажей (пол, принадлежность персонажа к определенному виду, род игровой деятельности, основные миссии и др.); отношение к онлайн-герою; эмоции и чувства, наполняющие респондентов во время игры. Для изучения индивидуально-личностных особенностей игроков мы использовали индивидуально-типологический опросник (ИТО; Л. Н. Собчик), тест-опросник самоотношения (СО; В. В. Столин, С. Р. Пантеев). Для определения идентификации респондентов с онлайн-героями нами был использован опросник Т. Лири «Диагностика межличностных отношений» (ДМО; Л. Н. Собчик) в двух вариантах: «Я-реальное» и «Мой онлайн-герой» и корреляционный анализ Пирсона.

Результаты исследования показали, что 37 % респондентов проводят в онлайн-игре до 3-5 часов в день, 41 % – от 2 до 3 часов. Игровой стаж 51 % игроков – более 6 лет; 18 % игроков – от 3 до 5 лет. Большая часть игроков (55 %) не состоят в каких-либо виртуальных сообществах, связанных с онлайн-играми, однако 45 % игроков отмечают свою принадлежность к виртуальной группе. Для 89 % респондентов онлайн-игра является возможностью общения с другими игроками, в то же время 74 % респондентов отмеча-

ют, что поддерживают реальное общение с теми же людьми за пределами онлайн-игры.

Имея возможность выбирать героя и наделять его значимыми для себя характеристиками, 43 % респондентов выбирают в игре героя противоположного пола; в доминирующих позициях оказываются человекообразные (человек – 41 %, эльф – 31 %) и звероподобные – 23 %. Главными миссиями персонажей оказались боевые и сюжетные (арена, поле боя, завоевывание, оборона) – 55 %; выполнение заданий – 20 %, собирательство – 13 % и создание предметов – 11 %. Среди социальных характеристик онлайн-героев были выделены причинение вреда другому персонажу (урон) – 40 %, поддержка – 23 %, защита и лечение – по 17,5 %.

Выбирая своего онлайн-героя, игроки испытывают по отношению к нему определенные чувства и эмоции. Так, в большинстве случаев респонденты гордятся своими персонажами (39 %), проявляют к ним уважение (20 %) или же придают им нейтральное значение (32 %). При этом 47 % опрошенных находят общие черты с героем, а 53 % – нет, 8 % считают своего героя идеалом, 12 % хотели бы походить на героя силой духа, а 8 % – внешностью, в то же время 71 % отметили, что не хотят быть похожими на героя. Среди основных отличий отмечают нереальность персонажа (20 %), силу его духа и характера (31 %).

Игроки отмечают, что онлайн-игры играют важную роль в их жизни, например, с ними связывают снятие стресса (29 %), поднятие настроения (30 %), возможность общения (20 %), а также уход от реальности (22 %). Онлайн-игра дает участникам возможность отыгрывать как положительные, так и отрицательные эмоции: удовольствие (29 %), спокойствие (22 %), радость (15 %), агрессию (13 %), гнев (2 %), страх (7 %), ненависть (5 %).

Таким образом, результаты анкетирования позволяют сделать вывод о том, что люди, играя в онлайн-игры, уделяют этому значимый объем своего времени. В виртуальном мире осуществляются функции коммуникации и самопрезентации. Респонденты говорят о персонаже как об альтернативном «Я», наделяют его важными для себя характеристиками. В виртуальном мире онлайн-игр респонденты испытывают целую палитру чувств как к собственному персонажу, так и к игре в целом.

Анализируя соотношение показателей оценки респондентами собственных характерологиче-

ских особенностей и черт виртуального героя, мы выявили следующие особенности (Таблица 1): по ряду параметров игроки наделяют героя

характеристиками, имеющими достоверно значимые отличия от его собственных.

Таблица 1

Показатели стиля межличностного поведения игроков и игровых персонажей в онлайн-играх, полученных при помощи методики ДМО (я-реальное, мой герой)

Стиль межличностного поведения по опроснику ДМО	Показатель среднего значения (Я-реальное)	Станд. откл.	Показатель среднего значения (мой герой)	Станд. откл.	tэмп
I. Властный – лидирующий	5,45	4,22	7,02	3,69	1,96*
II. Независимый – доминирующий	6,24	3,58	7,73	3,62	2,05*
III. Прямолинейный – агрессивный	6,14	2,9	6,02	3,28	0,19
IV. Недоверчивый – скептический	5,53	2,86	3,41	2,75	3,75**
V. Покорный – застенчивый	5,04	3,46	1,88	1,95	5,57**
VI. Зависимый – послушный	4,2	2,82	2,75	2,57	2,66*
VII. Сотрудничающий – конвенциональный	5,51	3,12	4,24	3,88	1,78
VIII. Ответственный – великодушный	6,39	3,71	4,65	3,82	2,29*

*при $p \leq 0,05$, ** при $p \leq 0,01$

Игровому персонажу присваиваются такие черты, как уверенность в себе, независимость, самостоятельность, прямолинейность и настойчивость в достижении цели. В отличие от самих респондентов, игровые персонажи характеризуются как менее осторожные, менее застенчивые

и покорные. Им в меньшей степени свойственны ответственность и великодушие.

При этом были выявлены достоверно значимые корреляционные связи между характеристиками самого игрока и виртуального персонажа (Таблица 2).

Таблица 2

Показатели значимых корреляционных связей между стилем межличностного поведения игроков и виртуального героя (по методике ДМО (я реальное) и (мой герой))

Стиль межличностного поведения по опроснику ДМО (я-реальное)	Стиль межличностного поведения по опроснику ДМО (мой герой)							
	В-Л	Н-Д	П-А	Н-С	П-З	З-П	С-К	О-В
I. Властный – лидирующий	0,411**							
II. Независимый – доминирующий	0,401**							
IV. Недоверчивый – скептический						0,299*		
V. Покорный – застенчивый				0,284*	0,370**	0,333*	0,436**	0,422**
VI. Зависимый – послушный		0,302*			0,326*	0,326*	0,336*	
VII. Сотрудничающий – конвенциональный	0,341*	0,404**	0,362*	0,298*	0,407**	0,388**	0,449**	
VIII. Ответственный – великодушный					0,44**	0,377**	0,447**	0,424**

* при $p \leq 0,05$, ** при $p \leq 0,01$
 В-Л – властный – лидирующий, Н-Д – независимый – доминирующий, П-А – прямолинейный – агрессивный, Н-С – недоверчивый – скептический, П-З – покорный – застенчивый, З-П – зависимый – послушный, С-К – сотрудничающий – конвенциональный, О-В – ответственный – великодушный

Респонденты, характеризующие себя как склонных к лидерству и доминированию, выбирают более властного, уверенного и независимо-

го героя, наделяя его лидерскими качествами. Игроки, для которых характерен зависимо-послушный тип межличностных отношений,

склонны выбирать героев с тождественными чертами (покорный – застенчивый, зависимый – послушный, сотрудничающий – конвенциональный), но в ряде случаев они выбирают героев с независимо-доминирующими чертами, что может говорить о потребности в компенсации дефицитарных черт личности.

Для игроков с характерным сотрудничающим-конвенциональным типом личности (с потребностью в помощи и доверии со стороны окружающих, в их признании) характерен выбор разноплановых героев (лидеры, независимые, агрессивные, конформные персонажи). Игроки, гото-

вые помогать окружающим, с развитым чувством ответственности выбирают себе более покорного, зависимого, великодушного, готового вести диалог героя.

Результаты корреляционного анализа позволяют сделать вывод о том, что молодые люди, играющие в онлайн-игры, выбирают персонажа, близкого по межличностным характеристикам к типу собственной личности.

Значимые корреляционные связи также были выявлены между индивидуально-типологическими особенностями игроков и типами личности онлайн-героев (Таблица 3).

Таблица 3

Показатели значимых корреляционных связей между индивидуально-типологическими особенностями респондентов, играющих в онлайн-игры (по опроснику ИТО), и стилем межличностного поведения виртуального героя (по опроснику ДМО (мой герой))

Шкалы ИТО	Стиль межличностного поведения по опроснику ДМО (мой герой)							
	В-Л	Н-Д	П-А	Н-С	П-З	З-П	С-К	О-В
Интроверсия						0,307*		
Сензитивность						0,372**	0,425**	0,470**
Тревожность						0,407**	0,3*	0,3*

* при $p \leq 0,05$, ** при $p \leq 0,01$
 В-Л – властный – лидирующий, Н-Д – независимый – доминирующий, П-А – прямолинейный – агрессивный, Н-С – недоверчивый – скептический, П-З – покорный – застенчивый, З-П – зависимый – послушный, С-К – сотрудничающий – конвенциональный, О-В – ответственный – великодушный

В результате корреляционного анализа были выявлены достоверно значимые связи между такими чертами личности игроков, как интроверсия, сензитивность, тревожность, и зависимо-послушным, сотрудничающе-конвенциональным, ответственно-великодушным стилями межличностного поведения виртуального героя. На основе данных результатов можно сделать вывод: чем впечатлительнее, восприимчивее и тревожнее игрок в реальном мире, тем с больше вероятностью у виртуального героя будут преобладать конформистские установки, покладистость и склонность к компромиссам.

Незначительное число значимых корреляционных связей было выявлено между показателями самоотношения респондентов (опросник ОСО) и выбором стиля межличностного поведения виртуального героя (ДМО) (при критическом значении при $p \leq 0,05^*$, при $p \leq 0,01^{**}$): между зависимостью – покорностью игрового героя и самоуважением ($r = -0,375^*$) игрока, зависимостью – покорностью и самопониманием ($r = -0,389^*$). Отрицательная корреляция была выявлена между ожиданием положительного отношения от других респондентов и такими чер-

тами героев, как прямолинейность – агрессивность ($r = -0,339^*$) и независимость – скептичность ($r = -0,360^*$), таким образом, игроки, ожидающие положительного отношения от других, реже выбирают героев с характеристиками агрессивности и скептичности, и наоборот.

Достоверно значимая положительная связь была выявлена между самоинтересом игроков и властно-лидирующими чертами игрового персонажа ($r = 0,329^*$). Это может объясняться тем, что человек, обладающий верой в свои силы, способности, энергией, самостоятельностью, высоко оценивающий свои возможности, умеющий контролировать собственную жизнь, понимающий самого себя не нуждается в помощи и доверии со стороны окружающих в онлайн-игре.

Выводы

Результаты проведенного эмпирического исследования позволяют сделать следующие выводы: онлайн-игры выполняют для игроков важнейшие функции коммуникации и самопрезентации, в процессе игры происходит процесс самоотождествления с онлайн-героем, в результате чего игроки, выбирая персонажа, либо наделяют

его тождественными собственным личностными характеристиками, либо компенсируют дефицитарные личностные черты, наделяя персонажа в рамках онлайн-игры желаемыми личностными характеристиками. Включаясь в игру, участники переживают разнообразную палитру чувств и эмоций по отношению к персонажу и к игре в целом.

Библиографический список

1. Войскунский А. Е. Сетевая и реальная идентичность: сравнительное исследование / А. Е. Войскунский, А. С. Евдокименко, Н. Ю. Федунина // Журнал Высшей школы экономики. 2013а. Т. 10. № 2. С. 98-121.
2. Войскунский А. Е. Альтернативная идентичность в социальных сетях / А. Е. Войскунский, А. С. Евдокименко, Н. Ю. Федунина // Вестник Московского университета. Серия 14. № 1. 2013б. С. 66-83.
3. Емельянов Ф. Г. Игра в пространстве самоидентификации и идентичности человека в обществе постмодерна / Ф. Г. Емельянов, В. П. Шалаев // Журнал Труды БГТУ. Серия 6, 2015. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/igra-v-prostranstve-samoidentifikatsii-i-identichnosti-cheloveka-v-obschestve-postmoderna> (дата обращения: 24.05.2019).
4. Жичкина А. Е. Самопрезентация в виртуальной коммуникации и особенности идентичности подростков – пользователей Интернета / А. Е. Жичкина, Е. П. Белинская // Образование и информационная культура. Социологические аспекты: труды по социологии образования. Т. V. Вып. VII / под ред. В. С. Собкина. Москва : Центр социологии образования РАО, 2000. С. 431-460.
5. Закирова Т. В. Концепция виртуальной реальности Жана Бодрийера / Т. В. Закирова, В. В. Кашин // Вестник ОГУ. 2012. № 7 (143). Июль. URL: http://vestnik.osu.ru/2012_7/4.pdf (дата обращения: 24.05.2019).
6. Мирошниченко И. В. Формирование идентичности в онлайн-пространстве сетевого общества // Культурология киберпространства. С. 119-129. URL: <https://openbooks.ifmo.ru/ru/file/4093/4093.pdf> (дата обращения: 24.05.2019).
7. Назарова М. А. Трансформация идентичности в обществе / М. А. Назарова, С. И. Черных // Профессиональное образование в современном мире. 2017. Т. 7. № 3. С. 1163-1168. URL: <https://profed.nsau.edu.ru/jour/article/download/377/377> (дата обращения: 24.05.2019).
8. Сидоренков А. В. Модель проявления идентификации и идентичности в малой группе / А. В. Сидоренков, Н. С. Горбатенко // Северо-Кавказский психологический вестник. 2008. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/model-proyavleniya-identifikatsii-i-identichnosti-v-maloy-gruppe> (дата обращения: 24.05.2019).
9. Солдатова Е. Л. Эго-идентичность в нормативных кризисах развития // Вопросы психологии. 2006. № 5. С. 74-84.
10. Солдатова Е. Л. Исследование социальной ситуации развития в кризисе перехода к взрослости // Вестник Южно-Уральского государственного университета. Серия: Социально-гуманитарные науки. 2005. № 7 (47). С. 169-175.
11. Солдатова Е. Л. Связь эго-идентичности и личностной зрелости / Е. Л. Солдатова, И. А. Шляпкина // Вестник ЮУрГУ. Серия: Психология. 2015. Т. 8. № 1. С. 29-34.
12. Солдатова Е. Л. Феномен виртуальной идентичности: современное состояние проблемы / Е. Л. Солдатова, Д. Н. Погорелов // Образовательная наука, 2018. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/fenomen-virtualnoy-identichnosti-sovremennoe-sostoyanie-problemy> (дата обращения: 24.05.2019).
13. Шевченко И. С. Некоторые психологические особенности общения посредством Internet // Флогистон: Психология из первых рук. URL: <http://flogiston.ru/articles/netpsy/shevchenko> (дата обращения: 24.05.2019).
14. Шнейдер Л. Б. Психология идентичности : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры. 2-е изд., пер. и доп. Москва : Юрайт, 2019. 328 с.
15. Шнейдер Л. Б. Цифровые аддикты: формирование новых зависимостей и изменение личности молодого человека // Актуальные проблемы психологического знания. 2017. № 1. С. 72-80.
16. Юрков А. А. Типологизация пользователей онлайн-игр и их мотивация // Знание. Понимание. Умение. 2012. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/tipologizatsiya-polzovateley-onlayn-igr-i-ih-motivatsiya> (дата обращения: 24.05.2019).
17. Bartle R. Hearts, Clubs, Diamonds, Spades: Players who Suit MUDs // Journal of MUD Research. 1996. Vol. 1. № 1. URL: <http://www.mud.co.uk/richard/hclds.htm> (дата обращения: 28.06.2012).
18. Doering N. Sozialpsychologie des Internet. HogrefeVerlag, 2003. 516 s.
19. Eisenlauer V. Facebook: A multimodal discourse analysis of (semi-)automated communicative modes // Interactions, Images and Texts: A Reader of Multimodality / ed. by C. Maier, S. Norris. Berlin: de Gruyter, 2014.
20. Emelin V. A. & Tkhostov A. S. Babel network: the erosion of truth and identity diffusion in the space of the Internet // Problems of Philosophy. 2013. № 1. P. 74-84.
21. Erikson, E. H. Identity and the Life Cycle. N. Y. London : Norton. 1980. 191 p.

22. Garde-Hansen J., Gorton K. Emotion On line: Theorizing Affect on the Internet. London : Palgrave Macmillan, 2013.

23. Olson C. K. Children's Motivations for Video Game Play in the Context of Normal Development // Review of General Psychology. 2010. Vol. 14. № 2. P. 180-187.

24. Prensky M. The Motivation of Gameplay or, the REAL 21st Century Learning Revolution // On the Horizon. 2002. Vol. 10. № 1. P. 5-11.

Reference list

1. Vojskunsij A. E. Setevaja i real'naja identichnost': sravnitel'noe issledovanie = Network and real identity: comparative study / A. E. Vojskunsij, A. S. Evdokimenko, N. Ju. Fedunina // Zhurnal Vysshej shkoly jekonomiki. 2013. T. 10. № 2. S. 98-121.

2. Vojskunsij A. E. Al'ternativnaja identichnost' v social'nyh setjah = Alternative identity on social networking sites / A. E. Vojskunsij, A. S. Evdokimenko, N. Ju. Fedunina // Vestnik Moskovskogo universiteta. Serija 14. № 1. 2013. S. 66-83.

3. Emel'janov F. G. Igra v prostranstve samoidentifikacii i identichnosti cheloveka v obshhestve postmoderna = Game in the space of self-identification and human identity in a post-modern society / F. G. Emel'janov, V. P. Shalaev // Zhurnal Trudy BGTU. Serija 6, 2015. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/igra-v-prostranstve-samoidentifikatsii-i-identichnosti-cheloveka-v-obshchestve-postmoderna> (data obrashhenija: 24.05.2019).

4. Zhichkina A. E. Samoprezentacija v virtual'noj kommunikacii i osobennosti identichnosti podrostkov – pol'zovatelej Interneta = Self-presentation in virtual communication and identity features of adolescent Internet users / A. E. Zhichkina, E. P. Belinskaja // Obrazovanie i informacionnaja kul'tura. Sociologicheskie aspekty: trudy po sociologii obrazovanija. T. V. Vyp. VII / pod red. V. S. Sobkina. Moskva : Centr sociologii obrazovanija RAO, 2000. S. 431-460.

5. Zakirova T. V. Koncepcija virtual'noj real'nosti Zhana Bodrijjara = Jean Bodriyar's virtual reality concept / T. V. Zakirova, V. V. Kashin // Vestnik OGU. 2012. № 7 (143). Ijul'. URL: http://vestnik.osu.ru/2012_7/4.pdf (data obrashhenija: 24.05.2019).

6. Miroshnichenko I. V. Formirovanie identichnosti v onlajn-prostranstve setevogo obshhestva = Making identity in the online space of a network society // Kul'turologija kiberprostranstva. URL: <https://openbooks.ifmo.ru/file/4093/4093.pdf> (data obrashhenija: 24.05.2019).

7. Nazarova M. A. Chernyh S. I. Transformacija identichnosti v obshhestve = Transformation of identity in society / M. A. Nazarova, S. I. Chernyh // Professional'noe obrazovanie v sovremennom mire. 2017. T. 7. № 3. S. 1163-1168. URL: <https://profed.nsau.edu.ru/jour/article/download/377/377> (data obrashhenija: 24.05.2019).

8. Sidorenkov A. V. Model' projavlenija identifikacii i identichnosti v maloj gruppe = Model of identification and identity in a small group / A. V. Sidorenkov, N. S. Gorbatenko // Severo-Kavkazskij psihologicheskij vestnik. 2008. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/model-projavleniya-identifikatsii-i-identichnosti-v-maloy-gruppe> (data obrashhenija: 24.05.2019).

9. Soldatova E. L. Jego-identichnost' v normativnyh krizisah razvitija = Ego-identity in regulatory development crises // Voprosy psihologii. 2006. № 5. S. 74-84.

10. Soldatova E. L. Issledovanie social'noj situacii razvitija v krizise perehoda k vzroslosti = Study of the social situation of development in the crisis of transition to adulthood // Vestnik Juzhno-Ural'skogo gosudarstvennogo universiteta. Serija: Social'no-gumanitarnye nauki. 2005. № 7 (47). S. 169-175.

11. Soldatova E. L. Svjaz' jego-identichnosti i lichnostnoj zrelosti = The relationship between ego-identity and personal maturity / E. L. Soldatova, I. A. Shljapnikova // Vestnik JuUrGU. Serija: Psihologija. 2015. T. 8. № 1. S. 29-34.

12. Soldatova E. L. Fenomen virtual'noj identichnosti: sovremennoe sostojanie problemy = The phenomenon of virtual identity: The Current State of the Problem / E. L. Soldatova, D. N. Pogorelov // Obrazovatel'naja nauka, 2018. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/fenomen-virtualnoy-identichnosti-sovremennoe-sostojanie-problemy> (data obrashhenija: 24.05.2019).

13. Shevchenko I. S. Nekotorye psihologicheskie osobennosti obshhenija posredstvom = Internet some psychological features of communication via Internet // Flogiston: Psihologija iz pervyh ruk. URL: <http://flogiston.ru/articles/netpsy/shevchenko> (data obrashhenija: 24.05.2019).

14. Shnejder L. B. Psihologija identichnosti : uchebnik i praktikum dlja bakalavriata i magistratury = Psychology of identity : a textbook and workshop for Bachelor's and Master's Degrees. 2-e izd., per. i dop. Moskva : Jurajt, 2019. 328 s.

15. Shnejder L. B. Cifrovye addikty: formirovanie novyh zavisimostej i izmenenie lichnosti molodogo cheloveka = Digital addicts: forming new dependencies and changing the personality of a young man // Aktual'nye problemy psihologicheskogo znaniya. 2017. № 1. S. 72-80.

16. Jurkov A. A. Tipologizacija pol'zovatelej onlajn-igr i ih motivacija = Typologization of online gaming users and their motivation // Zhurnal Znanie. Ponimanie. Umenie. 2012. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/tipologizatsiya-polzovateley-onlajn-igr-i-ih-motivatsiya> (data obrashhenija: 24.05.2019).

17. Bartle R. Hearts, Clubs, Diamonds, Spades: Players who Suit MUDs // Journal of MUD Research. 1996. Vol. 1. № 1. URL: <http://www.mud.co.uk/richard/hcds.htm> (data obrashhenija: 28.06.2012).

18. Doering N. Sozialpsychologie des Internet. HogrefeVerlag, 2003. 516 s.
19. Eisenlauer V. Facebook: A multimodal discourse analysis of (semi-)automated communicative modes // Interactions, Images and Texts: A Reader of Multimodality / ed. by C. Maier, S. Norris. Berlin: de Gruyter, 2014.
20. Emelin V. A. &Tkhostov A. S. Babel network: the erosion of truth and identity diffusion in the space of the Internet // Problems of Philosophy. 2013. № 1. P. 74-84.
21. Erikson, E. H. Identity and the Life Cycle. N. Y. London : Norton. 1980. 191 p.
22. Garde-Hansen J., Gorton K. Emotion On line: Theorizing Affect on the Internet. London: Palgrave Macmillan, 2013.
23. Olson C. K. Children's Motivations for Video Game Play in the Context of Normal Development // Review of General Psychology. 2010. Vol. 14. № 2. P. 180-187.
24. Prensky M. The Motivation of Gameplay or, the REAL 21st Century Learning Revolution // On the Horizon. 2002. Vol. 10. № 1. P. 5-11.