
**ОБЩАЯ ПСИХОЛОГИЯ, ПСИХОЛОГИЯ ЛИЧНОСТИ,
ИСТОРИЯ ПСИХОЛОГИИ**

УДК 159.95

Е. А. Рыльская <https://orcid.org/0000-0003-3075-5255>

Д. Н. Погорелов <https://orcid.org/0000-0002-4893-4334>

**Идентичность личности в виртуальном пространстве социальных сетей
и реальная идентичность: сравнительные характеристики**

Для цитирования: Рыльская Е. А., Погорелов Д. Н. Идентичность личности в виртуальном пространстве социальных сетей и реальная идентичность: сравнительные характеристики // Ярославский педагогический вестник. 2021. № 1 (118). С. 105-114. DOI 10.20323/1813-145X-2021-1-118-105-114

Высокая референтность виртуального пространства способствует определенной трансформации эго-идентичности современных пользователей в так называемую идентичность в виртуальном пространстве социальных сетей. Идентичность личности в виртуальном пространстве социальных сетей можно рассматривать как подсистему эго-идентичности, состоящую из текстовых, визуальных, аудиальных характеристик виртуального облика, отражающего физические и личностные свойства и особенности коммуникации, определяющие целостность и тождественность личности в рамках субкультуры пользователей социальных сетей. Цель статьи – сравнительный анализ характеристик реальной идентичности личности и идентичности личности в виртуальном пространстве социальных сетей. Выборка исследования: 285 пользователей социальных сетей в возрасте от 18 до 72 лет. Методы исследования: тест Куна – Макпартленда «Кто я?» с модификацией «Кто я онлайн?» и последующий контент-анализ, осуществленный группой экспертов в количестве трех человек. В ходе исследования выявлено, что самоописания реальной идентичности более формализованны, чаще отражают сосредоточенность респондентов на реально существующих проблемах и содержат негативную коннотацию в представлении своих черт характера, эмоционального и физического состояния. В характеристиках реальной идентичности преобладающими являются описания себя с позиций семейного положения и реально выполняемых социальных ролей, интерпретации физического облика и внешности. Образ личности в виртуальном пространстве социальных сетей, будучи более многоплановым, характеризуется большей креативностью, преобладанием позитивных эмоциональных состояний, элементами «приукрашивания» себя, проявлениями агрессивного стиля поведения. В описаниях идентичности личности в виртуальном пространстве социальных сетей чаще встречаются представления о себе с позиций интерпретации сферы коммуникации и особенностей общения с людьми, в контексте специфики деятельности в социальных сетях, встречается большое количество характеристик, связанных с виртуальным обликом.

В представленных самоописаниях выявлена также инвариантная составляющая, содержащая общие категории для реальной идентичности и идентичности личности в виртуальном пространстве социальных сетей качества личности, черты характера, содержание деятельности, способности.

Ключевые слова: эго-идентичность, социальные сети, личности в виртуальном пространстве, пользователи социальных сетей.

GENERAL PSYCHOLOGY, PERSONALITY PSYCHOLOGY, PSYCHOLOGY HISTORY

E. A. Rylskaya, D. N. Pogorelov

**Personal identity in the virtual space of social networks
and real identity: comparative characteristics**

The high referentiality of the virtual space contributes to a certain transformation of the ego-identity of modern users into the so-called identity in the virtual space of social networks. Personal identity in the virtual space of social

networks can be considered as a subsystem of ego identity, consisting of textual, visual, and auditory characteristics of the virtual image, reflecting the physical and personal properties and communication features that determine the integrity and identity of the individual within the subculture of users of social networks. The purpose of the article is a comparative analysis of the characteristics of real personality identity and personality identity in the virtual space of social networks. Study sample: 285 social media users aged 18 to 72 years. Research methods: Kuhn – McPartland test «Who am I?» with the modification «Who am I online?» and subsequent content analysis by a team of three experts. The study revealed that self-descriptions of real identity are more formalized, more often reflect the respondents' focus on real-life problems and contain negative connotations in the presentation of their character traits, emotional and physical state. In the characteristics of real identity, descriptions of oneself from the standpoint of marital status and actually performed social roles, interpretation of physical appearance and appearance are predominant. The image of a person in the virtual space of social networks, being more multifaceted, is characterized by greater creativity, predominance of positive emotional states, elements of «embellishment» of oneself, manifestations of an aggressive style of behavior. In the descriptions of personality identity in the virtual space of social networks, there are more often ideas about oneself from the standpoint of interpreting the sphere of communication and the peculiarities of communication with people, in the context of the specifics of activities in social networks, there is a large number of characteristics associated with the virtual appearance.

In the presented self-descriptions, an invariant component was also revealed, containing general categories for real identity and personality identity in the virtual space of social networks: personality traits, character traits, activity content, abilities.

Keywords: ego identity, social networks, personality identity in the virtual space of social networks, users of social networks.

Введение

В настоящее время тенденция повсеместного внедрения Интернета во все сферы современного общества очевидна. Согласно статистическим данным, 93,6 млн человек в России ежемесячно прибегают к использованию Интернета, 90,7 млн пользователей посещают социальные сети каждую неделю, а 82,8 млн делают это каждый день [Цит. по: Сервис аналитики ...].

Распространение социальных сетей обуславливается не столько необходимостью выстраивания коммуникации посредством их использования, сколько желанием пользователей все больше времени проводить в пространстве виртуальной публичности [Rantanen, 2006]. Активное использование личностью социальных сетей может значительно трансформировать процессы конструирования идентичности в виртуальном пространстве.

Эго-идентичность представляет собой тождественность собственной личности [Эриксон, 1996]. Высокая значимость виртуального пространства социальных сетей для представителей Z-поколения опасна снижением адаптации к реальной жизни, смещением жизненных ориентиров и нерешенностью возрастных задач и может лежать в основе конструирования ими особого вида эго-идентичности – идентичности в виртуальном пространстве социальных сетей.

Актуальными сегодня являются вопросы безопасного поведения в социальных сетях [Bert, 2016]. При использовании данных коммуникативных площадок школьники и студенты нередко становятся зависимыми от откровенного, агрес-

сивного, экстремистского или опасного контента [McNicol, 2017]. Часты случаи столкновения детей и подростков с информацией, пропагандирующей суицидальные тенденции и экстремизм [Park, 2017]. Родителей, педагогов, психологов образовательных учреждений волнуют проблемы времяпрепровождения обучающихся в социальных сетях, роста интернет-зависимостей, наряду с необходимостью активного использования информации из Интернета [Chugh, 2018]. Вместе с тем мировая пандемия COVID-19 актуализировала необходимость использования социальных сетей людьми всех возрастных категорий, в связи с чем субкультура пользователей социальных сетей была существенным образом трансформирована.

Таким образом, существует проблема профилактики интернет-зависимости, снижения негативного влияния информации, размещенной в социальных сетях, на процессы личностного развития и межличностного взаимодействия современных пользователей. Решение данных вопросов невозможно без сопоставления реальной идентичности личности и идентичности в виртуальном пространстве социальных сетей, а также изучения специфики исследуемых феноменов. Мы предполагаем, что соотношение реальной идентичности личности и идентичности личности в виртуальном пространстве социальных сетей характеризуется как наличием специфических особенностей, так и инвариантной составляющей, которая содержит «пересекающиеся» характеристики идентичности в реальном и в виртуальном мире.

Обзор литературы

Анализ особенностей виртуальной среды и характеристик идентичности личности в виртуальном пространстве, предпринятый нами в более ранних публикациях [Солдатова, 2018; Погорелов, 2020], позволяет говорить о существенном влиянии субкультуры пользователей Интернета на структуру и процессы конструирования идентичности личности в виртуальном пространстве социальных сетей. Однако в настоящее время вопрос о соотношении реальной идентичности и идентичности в виртуальном пространстве социальных сетей остается открытым.

Конструирование личностью альтернативной, отличной от реальной, идентичности в виртуальном пространстве социальных сетей может быть интерпретировано с позиций невозможности воплощения в реальной жизни всех аспектов и особенностей собственного «Я». Отсутствие возможности самореализации в реальном социальном окружении, в том числе в семье, среди сверстников или коллег, направляет личность на поиск компенсации. Нерешенные задачи возраста, связанные с нереализованностью в личностной и профессиональной сферах, свидетельствуют о недостаточной жизнеспособности человека и актуализируют его стремление воссоздать в виртуальном пространстве социальных сетей собственный идеализированный образ [Рыльская, 2009].

Идентичность личности в виртуальном пространстве социальных сетей, в отличие от идентичности в реальном пространстве, осознанно контролируется личностью, в связи с чем может быть легко скорректирована вплоть до полной противоположности реальной идентичности. В случае полного или частичного несоответствия идентичности личности в виртуальном пространстве социальных сетей реальной идентичности личности целесообразно говорить об «экспериментах с идентичностью», в ходе которых личность примеряет на себя роли, фрустрированные в реальной жизни, при этом сознательно трансформируя информацию о себе. Данные действия направлены на выражение субъективных представлений личности о собственном идеализированном образе и ориентированы на альтернативную самореализацию.

Основой формирования идентичности личности всегда выступает другой человек [Смолянинова, 2020]. Для современных подростков и юношей все чаще таким человеком становится популярный пользователь социальных сетей. Социальная сеть представляет собой интерактивный мно-

гопользовательский веб-сайт, который наполнен определенным контентом, созданным участниками сети [Винник, 2012]. Иными словами, это автоматизированная социальная платформа, которая позволяет решать задачи общения пользователей, объединения пользователей с общими целями, задачами, интересами [Connolly, 2016]. На сегодняшний день пользователи Интернета проводят значительное количество времени в социальных сетях, где посредством использования «аватаров» и «никнов» осуществляют виртуальное общение [Norman, 2017].

Социальные сети открывают перед пользователями множество возможностей, зачастую отсутствующих в реальной среде [Bennett, 2008]. Это возможности преодоления расстояний за счет дистанционного характера коммуникации, право выбора собеседников, доступ к разнообразной, в том числе запретной, информации. Социальные сети позволяют пользователям компенсировать нерешенные задачи и фрустрированные потребности [Bruckman, 1993]. С другой стороны, социальные сети наполнены уникальными инструментами для самовыражения и креативности, в частности, предоставляют множество возможностей для персонификации («аватары», «ники», «посты») [Norman, 2017].

Данные обстоятельства лежат в основе трансформаций идентичности в виртуальном пространстве социальных сетей. Идентичность личности в виртуальном пространстве компилируется из готового виртуального материала, включающего гипертекстовые компоненты виртуального облика, который состоит из совокупности физических и психологических свойств человека, а также из особенностей коммуникации в виртуальном пространстве [Larsen, 2008]. При этом особенностью конструирования идентичности личности в виртуальном пространстве социальных сетей является ограниченность данного процесса ресурсами интерфейса социальной сети.

В современной психологии существует несколько точек зрения на проблему соотношения реальной идентичности личности и идентичности личности в виртуальном пространстве социальных сетей.

В работах А. Е. Войскунского, А. С. Евдокименко, Н. Ю. Федуниной идентичность личности в виртуальном пространстве рассматривается как эксперимент с реальной идентичностью, как построение альтернативной идентичности [Войскунский, 2013]. Схожая точка зрения прослеживается в публикациях S. Turkle [Turkle, 1995].

В публикациях О. Н. Астафьевой отмечается, что идентичность в виртуальном пространстве может быть интерпретирована как аспект реальной идентичности [Астафьева, 2007]. Тем не менее актуальной остается задача описания проекции идентичности личности в виртуальном пространстве в среду социальных сетей. Интересна точка зрения И. В. Костериной, которая называет мифом конструирование отдельной идентичности в виртуальном пространстве, рассматривая этот феномен как проявление реальной личности [Костерина, 2008].

Зарубежные авторы, в частности, M. D. Back и R. E. Wilson [Back, 2010; Wilson, 2012], считают, что конструирование идентичности личности в виртуальном пространстве имеет место, однако это не отдельный феномен, а отражение реальной личности в виртуальном пространстве. Данные авторы подчеркивают, что аутентичная личность характеризуется стремлением к самоактуализации не только в реальной среде, но и в виртуальном пространстве социальных сетей. Социальные сети доступны и привлекательны простотой конструирования образа, однако все же отражают аспекты реальной идентичности личности. Виртуальное пространство социальных сетей, в интерпретации данных авторов, расценивается не как фактор построения новой идентичности, а как средство создания виртуального образа, отражающего реальные характеристики личности сквозь призму виртуальной среды и ее норм.

Несколько иной точки зрения придерживается N. Doering. С позиций данного автора, новые альтернативные идентичности личности не заменяют реальную идентичность, а конструируются на ее основе. Многообразие проявлений реальной идентичности составляет целостную модель личности. По этой причине идентичность в социальных сетях – это вариант реальной идентичности, отраженный сквозь виртуальное пространство. N. Doering описывает данный процесс как «Identitäts-Hopping» («быстрая смена идентичностей») [Doering, 2003].

Таким образом, идентичность личности в виртуальном пространстве социальных сетей понимается нами как подсистема эго-идентичности, состоящая из текстовых, визуальных, аудиальных характеристик виртуального облика, отражающих физические и личностные свойства и особенности коммуникации, определяющие целостность и тождественность личности в рамках субкультуры пользователей социальных сетей.

Методы исследования

С целью сравнения реальной идентичности личности и идентичности личности в виртуальном пространстве социальных сетей использовался метод контент-анализа результатов теста Куна – Макпартленда «Кто я?» с модификацией «Кто я онлайн?». Контент-анализ был осуществлен совместно с группой из трех экспертов. Использование данного метода в нашем исследовании направлено на изучение содержательных характеристик идентичности личности. Вопрос «Кто Я?» напрямую связан с характеристиками восприятия человеком самого себя, то есть с его образом «Я» или «Я-концепцией».

Результаты и дискуссия

Перейдем к описанию результатов эмпирического исследования по решению задачи сравнения реальной идентичности личности и идентичности личности в виртуальном пространстве социальных сетей. С целью интерпретации данных мы описали наиболее часто встречающиеся самоописания представленных вопросов. Данные о частоте встречаемости самоописаний реальной идентичности представлены в Таблице 1.

Таблица 1

Частота встречаемости самоописаний реальной идентичности

Самоописание реальной идентичности	Количество
человек	176
парень/девушка	154
сын/дочь	152
муж/жена	151
студент/сотрудник	136
ответственный	123
активный	122
общительный	120
друг	112
симпатичный	97
сын/дочь	95
молодой	94
непунктуальный	93
уставший	93
хмурый	93
профессиональный	93
открытый	92
отзывчивый	72
умный	71
привлекательный	54
разочарованный	53
образованный	53
рассеянный	51
веселый	49
смятенный	41
спортивный	29

Самоописание реальной идентичности	Количество
ревнивый	29
неряшливый	28
справедливый	27
больной	26
некомпетентный	25
депрессивный	23
стеснительный	21

Данные о частоте встречаемости самоописаний идентичности личности в виртуальном пространстве социальных сетей представлены в Таблице 2.

Таблица 2

Частота встречаемости самоописаний идентичности в виртуальном пространстве социальных сетей

Самоописание идентичности в виртуальном пространстве социальных сетей	Количество
общительный	145
парень/девушка	127
друг	125
активный	113
аватар	111
открытый	100
человек	96
радостный	93
модный	77
изображаемый	76
иной	75
пользователь	75
идеальный	73
умный	73
геймер	59

Самоописание идентичности в виртуальном пространстве социальных сетей	Количество
профессиональный	57
критик	55
обманчивый	55
яркий	55
веселый	55
меломан	54
воодушевленный	53
демонстративный	53
анализирующий	39
реальный	37
резкий	37
красивый	35
образованный	35
писатель	37
читатель	34
как в жизни	33
восхищенный	33
истинный	32
дружелюбный	23
злой	21
противоположный	21
вежливый	21

Полученные самоописания имеют сходные характеристики. Интерпретация идентификационных характеристик иллюстрирует, что самоописания, входящие в оба вопроса, относятся к рефлексивному «Я». Они составляют «области пересечения» реальной идентичности личности и идентичности личности в виртуальном пространстве социальных сетей. Данные представлены в Таблице 3.

Таблица 3

«Области пересечения» реальной идентичности личности и идентичности личности в виртуальном пространстве социальных сетей

Области пересечения	Показатели реальной идентичности личности		Показатели идентичности личности в виртуальном пространстве социальных сетей	
	Качество	Процент выраженности	Качество	Процент выраженности
Качества личности, черты характера и содержание деятельности	общительный	42 %	общительный	51 %
	активный	43 %	активный	40 %
	открытый	32 %	открытый	35 %
Способности	умный	25 %	умный	26 %
	профессиональный	33 %	профессиональный	20 %
	образованный	19 %	образованный	12 %

Качества личности, черты характера и содержание деятельности (общительный – 42 % и 51 %, активный – 43 % и 40 %, открытый 32 % и 35 %), способности (умный – 25 % и 26 %, профессиональный – 33 % и 20 %, образованный – 19 % и 12 %) характеризуют человека в широком спектре ситуаций, не трансформируясь под влиянием среды, в том числе виртуальной.

При этом для реальной идентичности чаще характерно описание себя с позиций ряда специфических характеристик. Специфические для реальной идентичности самоописания респондентов представлены в Таблице 4.

Таблица 4

Специфические для реальной идентичности самоописания

Самоописание	Процент выраженности	
Семейное положение и реально выполняемые социальные роли	муж/жена	53 %
	сын/дочь	53 %
	студент/сотрудник	48 %
Физический облик и внешность	симпатичный	34 %
	молодой	33 %
	привлекательный	19 %
	неряшливый	10 %

Для реальной идентичности чаще характерно описание себя с позиций семейного положения и реально выполняемых социальных ролей (муж/жена – 53 %, сын/дочь – 53 %, студент/сотрудник – 48 %), интерпретация физического облика и внешности (симпатичный – 34 %, молодой – 33 %, привлекательный – 19 %, неряшливый – 10 %). При ответе на данные вопросы респонденты интерпретировали свою реальную идентичность посредством обращения к предметам и объектам, которые их окружают, и к таким социальным институтам, как семья, работа и учеба, а также посредством внешней оценки.

Результаты самоописаний позволяют выявить специфические особенности реальной идентичности личности пользователей социальных сетей. В частности, речь идет о социальных ролях, исполняемых в реальной жизни; физических свойствах.

При интерпретации идентичности личности в виртуальном пространстве социальных сетей преобладали иные самоописания. Специфические для идентичности личности в виртуальном пространстве социальных сетей самоописания респондентов представлены в Таблице 5.

Таблица 5

Специфические для идентичности личности в виртуальном пространстве социальных сетей самоописания

Самоописание	Процент выраженности	
Сфера коммуникации и особенности общения с людьми	общительный	51 %
	друг	44 %
	открытый	35 %
Виртуальный облик	аватар	39 %
	изображаемый	26 %
Деятельность в социальных сетях	пользователь	26 %
	геймер	21 %
	меломан	19 %
	писатель	13 %
	читатель	12 %

Для идентичности личности в виртуальном пространстве социальных сетей чаще характерно

описание себя с позиций интерпретации сферы коммуникации и особенности общения с людьми (общительный – 51 %, друг – 44 %, открытый – 35 %), а также большое количество самоописаний, связанных с виртуальным обликом (аватар – 39 %, изображаемый – 26 %). При интерпретации идентичности личности в виртуальном пространстве социальных сетей мы отметили большое количество самоописаний, которые отражают специфику деятельности в социальных сетях (пользователь – 26 %, геймер – 21 %, меломан – 19 %, писатель – 13 %, читатель – 12 %). Данная специфика может быть объяснена тем, что все больше современных людей используют Интернет для коммуникации в них. Более того, социальные сети предоставляют разнообразную развлекательную информацию.

Исходя из представленных результатов самоописаний, можно выявить специфические особенности идентичности личности в виртуальном пространстве социальных сетей. В частности, речь идет о коммуникации, разворачивающейся в пространстве Интернета; деятельности в социальных сетях; виртуальном облике.

Теперь необходимо обратиться к интерпретации тех самоописаний, которые характерны только для ответов респондентов при характеристике реальной идентичности и только для ответов респондентов при характеристике идентичности личности в виртуальном пространстве социальных сетей и отсутствуют в других самоописаниях.

При интерпретации самоописаний реальной идентичности пользователей социальных сетей мы выделили те самоописания, которые отсутствуют в самоописаниях их идентичности в виртуальном пространстве социальных сетей. Самоописания, характерные только для реальной идентичности пользователей социальных сетей, представлены в Таблице 6.

Таблица 6

Самоописания, характерные только для реальной идентичности пользователей социальных сетей

Самоописание	Процент выраженности	
Реальные жизненные ситуации	разочарованный	19 %
	смятенный	14 %
Отрицательные черты характера	непунктуальный	33 %
	рассеянный	18 %
	ревнивый	10 %
	некомпетентный	9 %
Негативная оценка эмоционального и физического состояния	уставший	33 %
	хмурый	33 %
	больной	9 %
	депрессивный	8 %

В частности, при анализе самоописаний реальной идентичности пользователей социальных сетей мы отмечаем наличие большого количества негативных самоописаний, связанных с реальными жизненными ситуациями (разочарованный – 19 %, смятенный – 14 %). Также велико количество самоописаний, связанных с отрицательными чертами характера (непунктуальный – 33 %, рассеянный – 18 %, ревнивый – 10 %, некомпетентный – 9 %) и негативной оценкой эмоционального и физического состояния (уставший – 33 %, хмурый – 33 %, больной – 9 %, депрессивный – 8 %).

При интерпретации самоописаний идентичности личности в виртуальном пространстве социальных сетей мы выделили те самоописания, которые отсутствуют в самоописаниях их идентичности в виртуальном пространстве социальных сетей. Самоописания, характерные только для идентичности личности в виртуальном пространстве социальных сетей, представлены в Таблице 7.

Таблица 7

Самоописания, характерные только для идентичности личности в виртуальном пространстве социальных сетей

Самоописание		Процент выраженности
Положительные эмоциональные состояния	радостный	33 %
	воодушевленный	18 %
	восхищенный	12 %
Агрессивный стиль поведения	критик	19 %
	резкий	13 %
	злой	7 %
Приукрашивание образа личности в социальных сетях	идеальный	26 %
	яркий	19 %
	демонстративный	18 %
	красивый	12 %
Тождественность реального и виртуального образов	реальный	13 %
	как в жизни	12 %
	истинный	11 %
Нетождественность реального и виртуального образов	иной	26 %
	обманчивый	19 %
	противоположный	7 %

Таким образом, при анализе самоописаний идентичности личности в виртуальном пространстве социальных сетей мы отмечаем наличие большого количества самоописаний положительных эмоциональных состояний (радостный – 33 %, воодушевленный – 18 %, восхищенный – 12 %). Также велико количество самоописаний, связанных с агрессивным стилем поведения в социальных сетях (критик – 19 %, резкий – 13 %, злой – 7 %), и приукрашиваем образа личности в социальных сетях (идеальный – 26 %, яркий – 19 %, демонстративный – 18 %, красивый – 12 %). Стоит отметить, что нами были выделены две группы людей, одна

из которых отождествляет реальный и виртуальный образы (реальный – 13 %, как в жизни – 12 %, истинный – 11 %), а другая акцентирует внимание на нетождественности идентичности в виртуальном пространстве и реальной идентичности пользователей (иной – 26 %, обманчивый – 19 %, противоположный – 7 %).

Таким образом, самоописания для реальной идентичности во многом интерпретируют сосредоточенность респондентов на реально существующих проблемах, задачах и жизненных ситуациях, в то время как социальные сети позволяют выразить себя, снять напряжение, проявить фрустрированные в реальной жизни потребности и отвлечься от проблем реальной жизни.

Акцентирование проблемных ситуаций и негативных сторон жизни при самоописании респондентами в реальной жизни может быть связано с необходимостью разрешения жизненных задач, их реальностью и важностью. Нерешенность реальных жизненных задач может приводить к негативному самоотношению, выраженному в преобладании негативных черт характера при самоописании реальной идентичности.

Таким образом, анализ полученных результатов позволяет следующие выводы:

– В характеристиках реальной идентичности преобладающими являются описания себя с позиций семейного положения и реально выполняемых социальных ролей, интерпретации физического облика и внешности. Образ реальной идентичности пользователей социальных сетей носит более формальный характер, а наличие негативных характеристик в категориях может свидетельствовать о требовательности к себе, проблемах в сфере общения, в эмоциональной сфере. Большое количество существительных в репертуаре реальных идентичностей пользователей социальных сетей может говорить о более четких самопредставлениях.

– В описаниях идентичности личности в виртуальном пространстве социальных сетей чаще встречаются представления о себе с позиций интерпретации сферы коммуникации и особенностей общения с людьми, в контексте специфики деятельности в социальных сетях, а также большое количество самоописаний, связанных с виртуальным обликом. Описание идентичности личности в виртуальном пространстве социальных сетей носит более творческий, многоплановый и эмоциональный характер. В социальных сетях человек может без особого труда создать идеальный образ себя, который, в сравнении с реаль-

ным, менее аутентичен, потому что отражает представления личности о воображаемом, идеальном наборе собственных качеств, комплексуемых при помощи готовых визуальных, текстовых и аудиальных сетевых инструментов.

– Общими для реальной идентичности и идентичности в виртуальном пространстве социальных сетей являются качества личности, черты характера, содержание деятельности и способности. Наличие общих характеристик позволяет говорить о существовании особой инвариантной составляющей образов виртуального и реального «Я», которая содержит совпадающие области идентичности с устойчивыми характеристиками, проявляющимися как в реальном, так и в виртуальном пространстве бытия (Таблица 8). Инвариантная составляющая, содержащая общие для реальной идентичности личности и идентичности личности в виртуальном пространстве социальных сетей характеристики, описывает опре-

деленные сферы личности, которые проявляются как в реальной жизни, так и в Интернете.

Наличие особой инвариантной составляющей в характеристиках реальной идентичности личности и идентичности личности в виртуальном пространстве социальных сетей в феноменологическом плане свидетельствует об их взаимопроникновении, а в структурном – о принадлежности к единой системе, в которой один элемент выступает в роли общесистемного, а другой – подсистемного. Полученные эмпирические результаты подтверждают теоретические предположения о слиянии, взаимовлиянии реальной идентичности личности и идентичности личности в виртуальном пространстве социальных сетей, о «размывании» их границ.

В Таблице 8 представлены категории, специфические и инвариантные для реальной идентичности личности и идентичности личности в виртуальном пространстве социальных сетей.

Таблица 8

Соотношение реальной идентичности и идентичности личности в виртуальном пространстве социальных сетей

<i>Реальная идентичность</i>	<i>Идентичность личности в виртуальном пространстве социальных сетей</i>	
Физический образ	Качества личности	Виртуальный образ
Социальные роли	Черты характера	Деятельность в социальных сетях
Семейное положение	Содержание деятельности	Сфера коммуникации и особенности общения с людьми
Специфическая составляющая	Способности	Специфическая составляющая
	Инвариантная составляющая	Специфическая составляющая

Заключение

Социальные сети открывают перед пользователями множество возможностей, зачастую отсутствующих в реальной среде. Это возможности преодоления расстояний за счет дистанционного характера коммуникации, широкие возможности в выборе собеседников, доступ к разнообразной, в том числе запретной, информации. Социальные сети предоставляют уникальные инструменты для самовыражения и креативности. Анонимность в социальных сетях позволяет примерить любой образ, а множество инструментов регулирования – создать идеальный образ своей личности. Более того, некоторые пользователи отождествляют реальный и виртуальный образы себя, что можно объяснить совпадением поведения, коммуникации и сферы интересов в реальном мире и в пространстве социальных сетей. Другая группа пользователей не отождествляет реальный и виртуальный образы себя, осознанно выстраивая в социальных сетях особую идентичность в виртуальном пространстве сети, которая может харак-

теризоваться анонимностью, приукрашенностью, маской.

Самоописания для реальной идентичности во многом интерпретируют сосредоточенность респондентов на реально существующих проблемах, задачах и жизненных ситуациях, что отражается в наличии большого количества негативных самоописаний, связанных с реальными жизненными ситуациями, с отрицательными чертами характера и негативной оценкой эмоционального и физического состояния. Образ реальной идентичности пользователей социальных сетей носит более формальный характер.

При анализе самоописаний идентичности личности в виртуальном пространстве социальных сетей мы отмечаем наличие большого количества самоописаний положительных эмоциональных состояний, а также самоописаний агрессивного стиля поведения в социальных сетях и приукрашивания образа личности в социальных сетях. Описание идентичности личности в виртуальном пространстве пользователями социальных сетей

имеет более творческий, многоплановый и эмоциональный оттенок.

В результате контент-анализа нами была выявлена инвариантная составляющая, содержащая общие для реальной личности и идентичности личности в виртуальном пространстве социальных категории: качества личности, черты характера, содержание деятельности, способности.

Библиографический список

1. Астафьева О. Н. Виртуальные сообщества: «сетевая» идентичность и развитие личности в сетевых пространствах // Вісник Харківського національного університету: Теорія культури та філософія науки. 2007. № 776. С. 120-133.
2. Винник В. Д. Социальные сети как феномен организации общества: сущность и подходы к использованию и мониторингу // Философия науки. 2012. № 4 (55). С. 110-126.
3. Войсунский А. Е. Альтернативная идентичность в социальных сетях / А. Е. Войсунский, А. С. Евдокименко, Н. Ю. Федунина // Вестник Московского университета. 2013. Серия 14. № 1. С. 66-83.
4. Костерина И. В. Публичность частных дневников: об идентичности в блогах Рунета // Неприкосновенный запас: дебаты о политике и культуре. 2008. № 3. С. 183-191.
5. Погорелов Д. Н. Структура виртуальной идентичности пользователей социальных сетей // Казанский педагогический журнал. 2020. № 4 (141). С. 262-267.
6. Рьльская Е. А. Жизнеспособность человека: понятие и концептуальные основы исследования // Сибирский психологический журнал. 2009. № 31. С. 6-11.
7. Сервис аналитики сообществ социальных сетей. URL: <https://popsters.ru/blog/post/auditoriya-socsetey-v-rossii> (Дата обращения: 19.08.2020).
8. Смольянинова Т. С. Образ другого человека как основа формирования идентичности личности / Т. С. Смольянинова, Т. А. Петряева, Ю. А. Бусыгина // Вестник ПСТГУ. Серия 4: Педагогика. Психология. 2020. № 56. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/obraz-drugogo-cheloveka-kak-osnova-formirovaniya-identichnosti-lichnosti> (Дата обращения: 09.12.2020).
9. Солдатова Е. Л. Феномен виртуальной идентичности: современное состояние проблемы / Е. Л. Солдатова, Д. Н. Погорелов // Образование и наука. 2018. 20(5). С. 105-124.
10. Эриксон Э. Идентичность: юность и кризис / пер. с англ. Москва: Прогресс, 1996. 344 с.
11. Back M. D., Stopfer J. M., Vazire S., Gaddis S., Schmukle S. C., Egloff B., Gosling S. D. Facebook Profiles Reflect Actual Personality, Not Self-Idealization // Psychological Science. 2010. № 3. P. 372-374.
12. Bennett S., Maton K. A., Kervin L. The «digital natives» debate: a critical review of the evidence // British Journal of Educational Technology. 2008. Vol. 39. № 5.
13. 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.
14. Bruckman. A. Gender Swapping on the Internet in The Internet Society. URL: <http://www.cc.gatech.edu/asb/papers> (Дата обращения: 05.12.2020).
15. Chugh R., Ruhi U. Social media in higher education: A literature review of Facebook. Education and Information Technologies. 2018. Vol. 23 (2). Pp. 605-616. DOI: <https://doi.org/10.1007/s10639-017-9621-2>.
16. Connolly I., Palmer M., Barton H., Kirwan G. (Eds.). An Introduction to Cyberpsychology. Routledge, 2016.
17. Doering N. Sozialpsychologie des Internet. HogrefeVerlag, 2003. 516 s.
18. Larsen M. C. Understanding Social Networking: On Young People's Construction and Co-construction of Identity Online // Internet Research 8.0: Let's Play. URL: http://vbn.aau.dk/files/17515750/Understanding_social_networking_Bidrag_til_bog.pdf (Дата обращения: 17.11.2020)
19. 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.
20. Norman K. L. Cyberpsychology: An Introduction to Human-Computer Interaction. United Kingdom: Cambridge University Press, 2017.
21. Liu C. Y., Yu C. P. Can Facebook use induce well-being? // Cyberpsychology, Behavior and Social Networking. 2013. № 16(9). P. 674-678.
22. Rantanen T. A man behind scapes: An interview with Arjun Appadurai // Global Media and Communication. 2006. Vol. 2. P. 7-19.
23. Park M., Sun Y. Social Media Propagation of Content Promoting Risky Health Behavior // Cyberpsychology, Behavior and Social Networking. 2017. Vol. 20. № 5. P. 278-285. doi:10.1089/cyber.2016.0698.
24. Turkle S. Life on the screen: Identity in the age of the Internet. N. Y.: Simon & Schuster, 1995.
25. Wilson R. E., Gosling S. D., Graham L. T. A Review of Facebook Research in the Social Sciences // Perspectives on Psychological Science. 2012. № 3. P. 203-220.

Reference list

1. Astafeva O. N. Virtual'nye soobshhestva: «setevaja» identichnost' i razvitie lichnosti v setevyh prostranstvah = Virtual communities: «netshhork» identity and personal development in netshhork spaces // Visnik Harkivs'kogo nacional'nogo universiteta: Teoriya kul'turi ta filosofija nauki. 2007. № 776. S. 120-133.
2. Vinnik V. D. Social'nye seti kak fenomen organizacii obshhestva: sushhnost' i podhody k ispol'zovaniju i monitoringu = Social netshhorks as a phenomenon of the

society organization: essence and approaches to use and monitoring // *Filosofija nauki*. 2012. № 4 (55). S. 110-126.

3. Vojskunjkiy A. E. Al'ternativnaja identichnost' v social'nyh setjah = Social media alternative identity / A. E. Vojskunjkiy, A. S. Evdokimenko, N. Ju. Fedunina // *Vestnik Moskovskogo universiteta*. 2013. Seriya 14. № 1. S. 66-83.

4. Kosterina I. V. Publichnost' privatnyh dnevnikov: ob identichnosti v blogah Runeta = Publicity of private diaries: about identity in Runet blogs // *Neprikosnovennyj zapas: debaty o politike i kul'ture*. 2008. № 3. S. 183-191.

5. Pogorelov D. N. Struktura virtual'noj identichnosti pol'zovatelej social'nyh setej = Structure of the virtual identity of social netshork users // *Kazanskiy pedagogicheskiy zhurnal*. 2020. № 4 (141). S. 262-267.

6. Ryl'skaja E. A. Zhiznesposobnost' cheloveka: ponjatie i konceptual'nye osnovy issledovanija = Human viability: the concept and conceptual foundations of research // *Sibirskij psihologicheskij zhurnal*. 2009. № 31. S. 6-11.

7. Servis analitiki soobshhestv social'nyh setej = Social netshork community analytics service. URL: <https://popsters.ru/blog/post/auditorija-socsetey-v-rossii> (Data obrashhenija: 19.08.2020).

8. Smol'janinova T. S. Obraz drugogo cheloveka kak osnova formirovanija identichnosti lichnosti = The image of another person as the basis for the formation of personality identity / T. S. Smol'janinova, T. A. Petraeva, Ju. A. Busygina // *Vestnik PSTGU. Seriya 4: Pedagogika. Psihologija*. 2020. № 56. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/obraz-drugogo-cheloveka-kak-osnova-formirovanija-identichnosti-lichnosti> (Data obrashhenija: 09.12.2020).

9. 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 // *Obrazovanie i nauka*. 2018. 20(5). S. 105-124.

10. Jerikson Je. Identichnost': junost' i krizis = Identity: jouth and crisis / per. s angl. Moskva : Progress, 1996. 344 s.

11. Back M. D., Stopfer J. M., Vazire S., Gaddis S., Schmukle S. C., Egloff B., Gosling S. D. Facebook Profiles Reflect Actual Personality, Not Self-Idealization // *Psychological Science*. 2010. № 3. R. 372-374.

12. Bennett S., Maton K. A., Kervin L. The «digital natives» debate: a critical revieshh of the evidence // *British Journal of Educational Technology*. 2008. Vol. 39. № 5.

13. Vert F., Gualano M. R. Risks and Threats of Social Media Shhebsites: Tshhitter and the Proana Movement // *Cyberpsychology, Behavior, and Social Netshhorking*. 2016. Vol. 19. № 4. P. 233-238. doi:10.1089/cyber.2015.0553.

14. Bruckman. A. Gender Sshhapping on the Internet in The Internet Society. URL: <http://shhshhshh.cc.gatech.edu/asb/papers> (Data obrashhenija: 05.12.2020).

15. Chugh R., Ruhi U. Social media in higher education: A literature revieshh of Facebook. *Education and Information Technologies*. 2018. Vol. 23 (2). Pp. 605-616. DOI: <https://doi.org/10.1007/s10639-017-9621-2>.

16. Connolly I., Palmer M., Barton H., Kirshhan G. (Eds.). *An Introduction to Cyberpsychology*. Routledge, 2016.

17. Doering N. *Sozialpsychologie des Internet*. HogrefeVerlag, 2003. 516 s.

18. Larsen M. C. Understanding Social Netshhorking: On Joung People's Construction and Co-construction of Identity Online // *Internet Research 8.0: Let's Play*. URL: http://vbn.aau.dk/files/17515750/Understanding_social_netshhorking_Bidrag_til_bog.pdf (Data obrashhenija: 17.11.2020)

19. McNicol M. L., Thorsteinsson E. B. Internet Addiction, Psychological Distress, and Coping Responses Among Adolescents and Adults // *Cyberpsychology, Behavior, and Social Netshhorking*. 2017. Vol. 20. № 5. P. 296-304. doi:10.1089/cyber.2016.0669.

20. Norman K. L. *Cyberpsychology: An Introduction to Human-Computer Interaction*. United Kingdom: Cambridge University Press, 2017.

21. Liu C. Y., Ju C. P. Can Facebook use induce shhell-being? // *Cyberpsychology, Behavior and Social Netshhorking*. 2013. № 16(9). P. 674-678.

22. Rantanen, T. A man behind scapes: An intervieshh shhiith Arjun Appadurai // *Global Media and Communication*. 2006. Vol. 2. P. 7-19.

23. Park M., Sun Y. Social Media Propagation of Content Promoting Risky Health Behavior // *Cyberpsychology, Behavior and Social Netshhorking*. 2017. Vol. 20. № 5. P. 278-285. doi:10.1089/cyber.2016.0698.

24. Turkle S. *Life on the screen: Identity in the age of the Internet*. N. Y.: Simon & Schuster, 1995.

25. Shhilson R. E., Gosling S. D., Graham L. T. A Revieshh of Facebook Research in the Social Sciences // *Perspectives on Psychological Science*. 2012. № 3. R. 203-220.